

2007 – Bilancio di Sostenibilità



2007 – Case history

Bilancio di Sostenibilità 2007

Planet me
Sezione I - L'impegno... parte da noi
Sezione II - Le iniziative a "emissioni zero"



Roberto Petri

Planet me

Meno emissioni, più futuro

Tutte le aziende di trasporto producono anidride carbonica (CO₂) e hanno un impatto negativo sull'ambiente. Cifre alla mano, il trasporto incide per il 18% sulle emissioni globali e nel 2007 la sola TNT è stata responsabile a livello mondiale della produzione di 1.019 tonnellate di CO₂. Un totale che sale a circa 2.500 tonnellate se si includono i subcontractor. Per come stanno le cose, siamo di fronte ad una realtà con cui dobbiamo convivere. Posto che la CO₂ rimane nell'atmosfera per molti anni, con il supporto tecnologico disponibile e la portata globale del nostro business, non esistono alternative concrete

“Mi preoccupo per l'ambiente e mi piace sapere che lo fa anche l'azienda per cui lavoro. In fondo è proprio vero: insieme possiamo fare la differenza”.

Paola Negro

per eliminare completamente le emissioni dalle attività di TNT nel breve periodo. Per il nostro business utilizziamo aerei, camion e macchine, oltre ad avere migliaia di strutture e stabilimenti su tutto il Pianeta, e ogni giorno i nostri dipendenti si spostano usando il trasporto pubblico, le loro auto o le vetture aziendali. Siamo parte del problema. Con Planet me ci poniamo l'obiettivo di essere parte della soluzione.

Una scelta necessaria

La Terra è la casa di un'incredibile moltitudine di forme di vita. Insieme, siamo interconnessi in un ecosistema globale dove dipendiamo gli uni dagli altri per la sopravvivenza. Eppure, l'attività umana minaccia il fragile equilibrio del Pianeta. Bruciando carbone, gas e petrolio e radendo al suolo le foreste abbiamo aumentato la quantità di CO₂ presente nell'atmosfera, con il risultato che la Terra imprigiona sempre più calore.

Le conseguenze sono ormai ben note: il riscaldamento del globo provoca l'innalzamento del livello dei mari, alterazioni nella frequenza delle precipitazioni atmosferiche ed eventi climatici estremi. Per far fronte a questi fenomeni - i cosiddetti *cambiamenti climatici* - gli scienziati concordano sulla necessità di un impegno immediato e a lungo termine al fine di ridurre le emissioni del 70% entro il 2050.

L'impegno di TNT in questa direzione si chiama **Planet me**.

I tre asset di Planet me

Le attività aziendali, combinate con le azioni individuali, possono fare la differenza nella lotta al fenomeno dei cambiamenti climatici. Con questa filosofia, Planet me è stato articolato in tre macro-progetti:

1. **Code Orange**, volto a ridurre le emissioni di CO₂ prodotte dalle attività lavorative
2. **Choose Orange**, che fa leva sul potenziale dei 161.500 dipendenti TNT incoraggiandoli, insieme alle loro famiglie, a contribuire al risparmio energetico
3. **Count Carbon**, il sistema per rendicontare in maniera trasparente l'impatto in termini di CO₂.





“Quanto inchiostro e carta si risparmierebbero con le buste paga elettroniche! Più alberi, meno toner e soprattutto più ossigeno per i polmoni di tutti. Insomma, un ambiente più sano”.

Christian Ponti

Choose orange

L'impegno...
parte da noi

La vision di Planet me è fare di TNT il primo corriere ad emissioni zero attraverso un programma che non si focalizza unicamente sulle attività direttamente legate

al core business, ma che si propone di andare oltre i confini aziendali, affrontando il problema in una prospettiva a 360°. Impensabile riuscirci senza il coinvolgimento dei dipendenti e dei driver, gli stakeholder che concorrono in massima parte al successo dell'organizzazione.

L'approccio multistakeholder di TNT

Per dare prova del commitment di TNT, abbiamo scelto di lanciare internamente il progetto Planet me il 15 febbraio 2008 sposando la causa di “M'illumino di meno”, la grande giornata di mobilitazione in nome del risparmio energetico promossa dal programma radiofonico Caterpillar e patrocinata dal Ministero dell'Ambiente. “M'illumino di meno” si pone un obiettivo che noi condividiamo in pieno: dimostrare che il risparmio, inteso come utilizzo accorto delle risorse, è una possibilità concreta e reale per superare i problemi energetici e salvaguardare il pianeta. In più, scegliendo di aderire a questo evento abbiamo dato ascolto alla voce di molti dipendenti che nel 2007 avevano espresso il desiderio di vedere anche TNT fra i sostenitori attivi di

questa campagna nel nostro Paese.

Ed è stato un momento speciale, in cui ogni persona TNT ha accolto l'invito di spegnere le luci e i dispositivi elettrici non indispensabili e a vivere una giornata nel segno delle buone pratiche ambientali. L'azienda ha voluto dare l'esempio per prima: il 15 febbraio le insegne di Sede, Filiali e Hub sono rimaste spente per tutta la notte, producendo un risparmio pari a 0,2598 tonnellate di CO₂. Oltre alla intranet e alla newsletter aziendale, anche il sito www.tnt.it ha dato risalto all'iniziativa con un banner a tema ed una sezione dedicata a Planet me e all'adesione alla IV Giornata Internazionale del Risparmio Energetico.

La sfida ambientale non può però durare un solo giorno. Ecco il motivo dell'eco-kit contenente materiale informativo su Planet me, un leaflet con preziosi consigli per risparmiare energia a casa e sul lavoro, un set di lampade fluorescenti compatte - fornite da Beghelli, che ha collaborato a questa iniziativa - e l'invito a sostenere, insieme a TNT Express Italy, Impatto Zero, il primo progetto italiano che concretizza il protocollo di Kyoto. Tra febbraio ed aprile il kit “Planet me” è stato distribuito agli 8.000 tra collaboratori diretti e indiretti di TNT in Italia. Il processo di sensibilizzazione si è avvalso, tra l'altro, di un importante strumento di comunicazione: Driving TNT, il magazine dedicato ai driver, che si è fatto portavoce di una serie di consigli pratici e piccoli suggerimenti per risparmiare sui consumi energetici.



Monica Di Palo

“In futuro magari riusciremo ad unire l’utile al dilettevole: ad esempio, costruendo le cyclette con la dinamo caricabatteria e facendo pedalare un’ora al giorno ciascun membro della famiglia”.

Enrico Bertagnoli

Le idee che fanno la differenza

Abbassare di 1°C il termostato dell’impianto di riscaldamento, utilizzare la metà dell’acqua calda facendo una doccia invece di un bagno in vasca, risparmiare sulla bolletta dell’energia elettrica usando solo le lampade a basso consumo. Gli accorgimenti per limitare gli sprechi sono tanti e, moltiplicandoli per gli oltre 161.500 dipendenti di TNT, è facile intuire la portata che anche un piccolo cambiamento può avere a livello globale. Per incoraggiare le persone ad essere protagoniste e fare la differenza, in occasione del lancio di Planet me abbiamo promosso un concorso di “idee verdi”, da premiare e diffondere internamente. Questa iniziativa è andata a consolidare ulteriormente il dialogo in tema di ambiente. Un dialogo avviato a febbraio 2007 con l’invito, alle persone che operano in TNT, a dire la propria in merito alle stranezze del clima e a raccontare le piccole grandi azioni di ognuno per rendere il mondo un po’ più pulito. Da allora è nato un “green team” in costante crescita, formato da colleghi di tutta Italia particolarmente sensibili a questo aspetto: colleghi con un approccio positivo e costruttivo, ideali testimonial grazie alle loro storie di valori che si riflettono in un modo diverso e innovativo di porsi verso se stessi e verso gli altri. È anche e soprattutto grazie a loro che la nostra azienda sta continuando a crescere in maniera responsabile.

Illuminarsi... di meno, risparmiare di più

Monica Di Palo

Monica è una ragazza con le idee chiare e a cui non manca lo spirito d’iniziativa. Solare ed entusiasta, ma con i piedi ben saldi per terra, sostiene fortemente l’ideologia del “mondo più pulito” non perché l’argomento sia di moda, ma perché ci crede veramente. Così come è convinta che la pigrizia ed il disinteresse delle persone siano purtroppo le dolenti note in fatto di ambiente. Anche per questo da anni sostiene la campagna “M’illumino di meno”, attivandosi per seguire le indicazioni di risparmio diffuse a gran voce dai conduttori del programma radiofonico Caterpillar. “Si tratta di un’iniziativa propedeutica e molto simpatica che coinvolge persone competenti, enti, aziende, comuni, province e singoli cittadini in un’unica missione: ridurre i consumi di energia elettrica sul territorio nazionale

e monitorare il risparmio prodotto. Lo scopo è farci comprendere che insieme, con un gesto semplice o impegnativo a seconda delle possibilità, possiamo generare un grande cambiamento. Nel corso delle campagne cui ho partecipato ho recepito un crescente consenso: la pubblicità radiofonica è stata certamente trainante e le interviste ai protagonisti sono riuscite a trasmettere il messaggio più importante, che è poi lo stesso dell’iniziativa Planet me lanciata da TNT: tutti quanti devono e possono fare qualcosa! Credo sia giusto puntualizzare il risparmio inteso soprattutto come generatore di pulizia ambientale. In fin dei conti, se riflettessimo sul fatto che siamo noi gli ospiti di questo pianeta, forse riusciremmo a trattarlo con più rispetto”.

I piccoli grandi gesti quotidiani

Giuseppe Libotte

Giuseppe non si ritiene un ambientalista estremo. Come la maggior parte di noi, del resto. Eppure il suo impegno non è affatto comune e ci ricorda che vivere in sintonia con l’ambiente è innanzitutto una questione di educazione e di buon senso. “I miei genitori mi hanno insegnato a rispettare tutto quello che mi circonda, persone e cose, per

cui dall’essere educato al diventare rispettoso dell’ambiente in cui vivi il passo è breve. Da bambini si inizia raccogliendo i propri giocattoli, non lasciando in giro i resti delle merendine e non gettando a terra le cose: a forza di farlo a casa, poi diventa naturale farlo anche fuori. Un’educazione costante sin dai primi anni di vita fa la differenza, se unita alla coerenza nei comportamenti: se pretendi che le persone rispettino il tuo punto di vista, devi dare l’esempio per primo, altrimenti è meglio non giudicare gli altri. Mio figlio Alessandro ha 6 anni e già da tempo mi aiuta a buttare la carta e le bottiglie di plastica nelle apposite campane: si diverte come un matto e si arrabbia quando non lo porto con me...Tra 15 anni per lui sarà naturale farlo da solo”.





Ripuliamo il buio

Daniele De Carolis

Mare e campagna, monti e colline che si affacciano sulla costa. Nelle Marche si trovano paesaggi che lasciano d'incanto. Proprio qui Daniele ha sviluppato una grande passione, la speleologia. "Molta gente ha ancora un'opinione distorta degli speleologi, figurandoseli come un

La voce dell'acqua

Loris Cantoni

Scosso dagli eventi naturali che nel 1987 sconvolsero la Valtellina, seppellendo Sant'Antonio Morignone sotto una vastissima frana, da anni Loris si occupa del problema dello sfruttamento delle acque nella valle e recentemente ha creato l'associazione SONDRIO 2020, che in un certo senso sposa la causa di Planet me. "I punti in comune sono tanti, è vero. Il progetto prende spunto dalla necessità di programmare lo sviluppo della nostra città in modo sostenibile, perseguendo in ambito locale gli obiettivi che si stanno ponendo, a livello globale, tutte le persone che abbiano senso di responsabilità e desiderio di futuro. Il miglioramento della qualità della nostra vita passa necessariamente attraverso la tutela dell'ambiente in cui viviamo. Lavoro in questa azienda dal 1992 e mai come oggi sono orgoglioso di esserci, visto l'impegno ambientale e i programmi in essere".

gruppo di irresponsabili che si buttano a capofitto in posti bui e fangosi. La realtà è ben diversa: a parte il desiderio di avventura, in primo piano c'è la voglia di contatto con la natura e la sua conservazione, senza tuttavia essere imprudenti. Non si affronta mai una grotta da solo, ma minimo in tre: così, in caso di incidente un compagno può risalire a cercare aiuto. Anche per questo, la speleologia è da considerarsi un vero e proprio sport di squadra, che ti consente di esplorare posti nuovi e di vedere cose che non vedrà mai nessuno al di fuori di te e dei tuoi compagni. Da qualche anno la SSI (Società Speleologica Italiana) organizza una giornata intitolata "Puliamo il Buio", alla quale collaborano più o meno tutti i gruppi. Devo dire che troviamo sempre delle belle sorprese: bottiglie di vetro, lattine, carta, spranghe di ferro, corde oramai in disuso abbandonate a marcire, pile, mozziconi di sigarette e bidoni della spazzatura... Ma è nell'avvicinamento alla grotta, lungo i sentieri, che facciamo i ritrovamenti più incredibili, come frigoriferi, cucine a gas, lavandini e bombole in disuso. Con un po' di volontà, potremmo impegnarci tutti per un riciclo cosciente. Dovrebbe essere una cosa spontanea, qualcosa che dovremmo avere dentro, perché la natura è di tutti noi allo stesso modo e dobbiamo lasciarla in eredità ai nostri figli e ai figli dei nostri figli".



Non solo scout

Andrea Profumo

Andrea è uno scout da tanti anni. "Lo scoutismo mi ha insegnato molto sull'ambiente. Oggi siamo abituati troppo al tutto subito, ma il contatto con la natura non funziona così: bisogna ritrovare i ritmi giusti per assaporarne le bellezze. Arrivare in cima ad un monte dopo aver camminato per ore con uno zaino sulle spalle e contemplare il panorama non ha prezzo. Lo scoutismo poi considera fondamentale dare fiducia ai giovani e far assumere loro graduali responsabilità, per se stessi e per la vita comune. Negli scout s'insegna a non sprecare nulla, ad usare l'essenziale, ad interagire con la natura senza stravolgerla. Essere essenziali, in fondo, non riguarda l'ambiente? Provate a stare due settimane senza gas (cucinando a legna) o senza elettricità (niente frigo, telefono, cellulare, TV, luce...) costruendo tavoli, panche e cucina rialzata perfettamente funzionanti! Trascorso questo periodo, oltre ad esservi divertiti, farete delle constatazioni in partenza impensabili e vi chiederete: ma è proprio indispensabile tutto quello che abbiamo e, soprattutto, il costo ambientale è proporzionato? Questo non vuol dire che dobbiamo tornare all'età della pietra, ma semplicemente fare delle scelte più etiche ed eco-compatibili".

Alla ricerca del tesoro perduto

Nicola Rossetti

Nicola, da sempre vicino alla natura e alla sua conservazione, nel 2007 ha partecipato ad un campo di volontariato. "Fondamentalmente si tratta di un modo per incontrarsi e conoscersi attraverso un'esperienza comune: si lavora e si vive la quotidianità insieme contribuendo a realizzare un progetto concreto, che può essere di ripristino, di valorizzazione, di informazione, di presenza o di testimonianza. Io ero attratto dall'idea di base, e cioè che per risolvere le cose che non vanno bisogna affrontarle in prima persona, rimboccandosi le maniche e lavorando, e dai valori: il desiderio di un mondo diverso, l'invito alla solidarietà e il rispetto per tutto ciò che ci circonda, a cominciare dall'ambiente. Così ad agosto ho trascorso 15 giorni in un campo di pulizia di un sito archeologico a Sortino, un paesino in provincia di Siracusa. Il luogo era molto selvaggio, con piccoli appezzamenti coltivati e distribuiti qua e là. Non ci crederete ma alla fine del campo abbiamo ripulito e tolto qualcosa come due tonnellate di rifiuti facendo la raccolta differenziata. Non solo. Nelle ore trascorse a lavorare sotto il sole sono nate delle vere amicizie e il nostro campo è diventato luogo di incontro fra persone che hanno a cuore il futuro del nostro pianeta".

“Spesso dimentichiamo le luci accese negli ambienti comuni. Utilizzare luci di cortesia automatiche potrebbe aiutarci a ridurre gli sprechi”.

Giovanna Nocca



Code orange

Le iniziative a “emissioni zero”

Cooperare, costruire, condividere: tre verbi che declinano in modo molto efficace il nostro impegno in campo ambientale e che riguardano tre iniziative inserite in contesti differenti, ma unite dalla matrice comune dell'attenzione verso tutto quanto può avere un impatto sul nostro futuro

Cooperare: TNT alla sfida del 10x10 Challenge

Alla fine del 2007 abbiamo aderito al “10x10 Challenge”, l'iniziativa lanciata da Quattroruote per riunire 10 delle più grandi realtà presenti in Italia in una sfida realistica e possibile: ridurre del 10% le emissioni delle flotte. Per quanto diverse, tutte le aziende selezionate hanno una cosa in comune: veicoli che percorrono milioni di chilometri all'anno. Ogni piccolo passo avanti nel taglio alle emissioni inquinanti acquista dunque una grande importanza perché si moltiplica su larga scala. L'iniziativa si svilupperà nel corso del 2008 e le organizzazioni coinvolte, oltre ad impegnarsi nell'attivare piani a supporto del raggiungimento dell'obiettivo, si confronteranno in una serie di workshop sui temi relativi all'ambiente.

Il panel di aziende che hanno aderito è in continua espansione. Tutte hanno manifestato la loro piena disponibilità a monitorare il proprio impatto ambientale e a misurare costantemente le performance delle flotte, armonizzando e coordinando i loro interventi all'interno del progetto.

L'obiettivo comune è creare un network focalizzato sulla mobilità sostenibile.

L'augurio è che, grazie alla circolazione delle idee e al buon esempio, questo 10x10 iniziale si trasformi in un... 10x1.000!

Costruire: più ossigeno al nostro futuro

Il nostro obiettivo è essere parte attiva di una serie di iniziative concrete: una di queste è l'adesione a Impatto Zero, il primo progetto italiano che si propone di quantificare l'anidride carbonica che immettiamo nell'atmosfera e di compensare tali emissioni attraverso la riqualificazione dei boschi e delle foreste in Italia. Di fronte a questa opportunità, abbiamo scelto di continuare il nostro percorso di ecosostenibilità “adottando” 35.000 metri quadrati del Parco del Ticino, un'area la cui riforestazione permetterà di compensare in 5 anni le emissioni di

“Possiamo certamente contribuire a rendere il mondo un posto migliore. Non ne siamo solo convinti, ma ci attiviamo per far sì che questo accada”.

87.500 kg di anidride carbonica. Un obiettivo che raggiungeremo anche grazie al contributo dei nostri dipendenti che in più occasioni hanno già dimostrato il loro sostegno a questa iniziativa.

Condividere: ambiente vuol dire anche... EcoCity

Nel 2007 il Motor Show di Bologna, la più importante kermesse dei motori in Italia, ha affrontato per la prima volta il tema della sostenibilità ambientale lanciando, insieme a TNT Express Italy, l'iniziativa EcoCity, una vetrina dei nuovi orizzonti della mobilità: dai sistemi di alimentazione alternativi alla benzina. Con uno stand all'interno del padiglione espositivo a tema, la nostra azienda è stata il main sponsor: una scelta non casuale, ma che deriva anzi dalla responsabilità di essere leader del settore e dalla consapevolezza dell'impatto che la nostra attività ha sull'ambiente.

La sostenibilità è un progetto che per funzionare va condiviso: per questo, a margine di EcoCity, il 12 dicembre si è tenuto un dibattito incentrato sul tema della mobilità urbana. L'incontro “Il futuro della mobilità. Cittadini, consumatori, utenti: gli orizzonti possibili della mobilità urbana tra ecologia e bisogni” è stato l'occasione per stimolare un confronto costruttivo tra chi, a vario titolo, ha voce in capitolo sull'argomento: produttori, operatori professionali, mondo della ricerca, Istituzioni.

Per noi, EcoCity ha inoltre rappresentato la possibilità di divulgare l'impegno di TNT in campo ambientale e di confrontare la propria esperienza con quella di altre aziende attive su questo tema.





Il loro domani comincia oggi.

Un grazie speciale ai "nostri" bambini: Cecilia, Michelle, Gabriele, Gianmarco, Andrea, Ludovica e Federico.

Bilancio di Sostenibilità 2007

	Lettera agli Stakeholder	2
	Metodologia e approccio	4
	Raggiungimento degli obiettivi e sfide future	6
La nostra realtà	Strategia di TNT Express	12
	Strategia di TNT Express Italy	13
	Gestione della sostenibilità e Corporate Governance	14
	Il sistema adottato da TNT Express Italy	16
	Gestione della Responsabilità Sociale d'Impresa	17
	Dialogo con gli stakeholder	19
Responsabilità Economica	Situazione economica generale e andamento della gestione	21
	Determinazione e distribuzione del Valore aggiunto	22
Responsabilità Sociale	Risorse Umane	24
	Clienti	36
	Fornitori	48
	Ambiente	52
	Il nostro impegno per il mondo	60
Appendici	Sintesi degli indicatori	68
	Glossario	74
	Attestazione della Società di Revisione	78

Lettera agli Stakeholder

Punto di non ritorno

Questa edizione del Bilancio di Sostenibilità ha l'obiettivo di porre le basi per monitorare maggiormente anno dopo anno l'impatto delle attività di TNT Express Italy sul contesto circostante.

Ciò consentirà di inquadrare in modo sistematico le tante iniziative avviate nell'ambito del progetto Planet me, lanciato dal Gruppo TNT nel corso del 2007.

Se è vero, come è vero, che un quinto delle emissioni globali di CO₂ è legato al mondo dei trasporti, TNT, quarto player mondiale del settore, è parte del problema. Da questa consapevolezza, e da quella di non poter comunque rinunciare a svolgere la nostra attività e a crescere, è nata l'esigenza di costruire un modello di sviluppo sostenibile.

Un modello che abbiamo il piacere di condividere con i nostri stakeholder e nel quale anch'essi svolgono un ruolo fondamentale per dare vita ad un meccanismo virtuoso, volto alla progressiva e sistematica riduzione delle emissioni nocive. Riduzione che sarà incrementata dall'innovazione tecnologica, un aspetto al quale TNT Express Italy ha contribuito e contribuirà in prima persona in fase di test al fianco dei suoi partner.

Uno schema coerente ma, soprattutto, necessario: siamo infatti giunti ormai ad un punto di non ritorno, ed è evidente che il pianeta su cui viviamo non dispone di risorse inesauribili, a cominciare dalla qualità dell'aria che respiriamo sino alla disponibilità di risorse idriche.

L'utilizzo dell'energia in modo razionale comporta un duplice vantaggio: verso le generazioni che verranno e a livello economico. Gli approcci possibili sono praticamente infiniti perché coinvolgono qualsiasi aspetto della nostra vita, sia privata che lavorativa.

Abbinare gli obiettivi di crescita tipici di ogni azienda con il rispetto dell'ambiente è quindi possibile: ogni attività di TNT Express Italy, a partire dal 2007, è affiancata da un'analisi di compatibilità ambientale.

Abbiamo ridisegnato la nostra strategia di business sintonizzandola con l'obiettivo dichiarato dal nostro CEO Peter Bakker di diventare una "zero emission company": da questa volontà, e dall'approccio fattivo che caratterizza da sempre la nostra politica, hanno preso vita i programmi di riduzione delle emissioni di CO₂ dei nostri veicoli, l'incentivazione del risparmio energetico, lo studio per l'adozione progressiva dei pannelli fotovoltaici nelle Filiali, la promozione di comportamenti eco-sostenibili nella vita di tutti i giorni, le partnership con interlocutori di primaria importanza per lo sviluppo di iniziative in campo ambientale. Questo documento evidenzia come l'obiettivo della creazione di una filiera sostenibile, annunciato nella scorsa edizione, sia passato da una dimensione progettuale ad una fase attuativa.

Abbiamo quindi strutturato un "re-engineering" approfondito dei processi che ha comportato modifiche al nostro approccio al business e ha attivato un percorso di coinvolgimento degli stakeholder che, ci auguriamo, potrà aumentare in maniera esponenziale i benefici ottenuti.

Apprendiamo ogni giorno notizie molto allarmanti circa lo stato di salute del nostro pianeta e, poiché il movimento è parte stessa di TNT, ci sarebbe sembrato innaturale restare ad aspettare senza provare ad invertire la tendenza.

Il Bilancio di Sostenibilità è, come sempre, l'ideale indicatore dei nostri sforzi in questo senso: buona lettura!



Christian Drenthen
Amministratore Delegato
TNT Express Italy

Metodologia e approccio

Il Bilancio di Sostenibilità 2007 (di seguito “Bilancio”) di TNT Express Italy, giunto alla sua settima edizione, vuole presentare ai propri stakeholder il contributo aziendale nell’ambito della Corporate Social Responsibility (CSR) e i risultati raggiunti rispetto alla strategia CSR adottata.

Il documento è stato redatto con riferimento a:

- “Sustainability Reporting Guidelines” della Global Reporting Initiative (GRI) versione 3.0 livello di applicazione C+ per l’individuazione dei principi di redazione e dei contenuti
- “Principi di redazione del Bilancio Sociale” redatti dal GBS (Gruppo di studio per il Bilancio Sociale) per il prospetto di determinazione e di ripartizione del Valore aggiunto.

In relazione ai dati economico-finanziari presenti nel Bilancio, si segnala che in seguito alla fusione della controllata TNT Services S.p.A. con TNT Global Express S.p.A. ed alla liquidazione della società controllata TNT Central Services S.r.l., avvenute nel corso dell’esercizio 2007, è venuta meno la necessità di pubblicare i dati consolidati di TNT Express Italy. I dati riportati nel capitolo “La responsabilità economica” si riferiscono quindi non ai dati gestionali di Gruppo, presentati nel Bilancio di Sostenibilità 2006 e precedenti, ma al Bilancio civilistico al 31 dicembre 2007 di TNT Global Express S.p.A., come approvato dall’Assemblea dei Soci. Per poter effettuare il confronto con i dati dell’esercizio precedente anche il 2006 è stato ricalcolato con lo stesso criterio. La scelta effettuata da TNT Express Italy è stata principalmente determinata dalla volontà di garantire una maggiore trasparenza e coerenza e favorire gli stakeholder nella lettura del documento. 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. e al Gruppo internazionale TNT, quest’ultimo limitatamente alle informazioni relative al profilo, alla collettività e all’ambiente; si segnalano, inoltre, nella sezione fornitori alcune informazioni di pertinenza dei contractor.

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 stati concordati con le funzioni coinvolte nel processo decisionale.

Per l’individuazione delle informazioni rilevanti, in particolare per la prospettiva dell’utilizzatore dei dati, sono stati considerati i contenuti e gli indicatori previsti dalle suddette linee guida GRI G3, le esigenze del management e i risultati dell’attività di dialogo con gli stakeholder. Nell’identificazione dei KPI si è tenuto conto del sistema di reporting di Gruppo che ha portato alla pubblicazione nel 2008 della quarta edizione del “Social Responsibility Report” del Gruppo TNT.

Contesto di sostenibilità e Inclusività

Il documento permette di inquadrare in un contesto più ampio l’attività di TNT Global Express S.p.A. esponendo gli aspetti sociali e ambientali per i diversi portatori d’interesse identificati in una mappa degli stakeholder. Nel paragrafo “Dialogo con gli stakeholder” vengono presentate in dettaglio le metodologie e le attività realizzate nel corso del 2007.

Chiarezza

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

Equilibrio

I dati sono esposti in modo oggettivo e sistematico, su una struttura informativa applicata nel tempo e progressivamente migliorata. 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, compresi l'Annual Report e il Social Responsibility Report. Nel Bilancio non ci sono dati o informazioni per cui vi siano delle limitazioni nell'ambito del perimetro in termini di completezza.

Comparabilità

Ove opportuno sono stati riportati dati di trend relativi al triennio 2005-2007. 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.

L'adozione dei principi del GRI G3 consente il confronto con altri operatori di settore sulla base delle stesse componenti informative.

I dati relativi all'esercizio 2006 presenti nei prospetti del valore aggiunto risultano diversi da quelli presentati nel Bilancio di Sostenibilità 2006 per le ragioni indicate all'inizio della presente nota metodologica.

Accuratezza

Il processo di raccolta dati è stato coordinato e gestito da un gruppo di lavoro afferente al Servizio Comunicazione e CSR, che ha proseguito l'approfondimento avviato negli scorsi anni con tutte le

Direzioni, affinando il sistema parametrico delle variabili CSR governate da ciascuna di esse e impostando il processo di raccolta dati. I dati e le informazioni sono stati poi rielaborati dal team preposto, il quale ha sottoposto il materiale raccolto all'approvazione delle funzioni interessate e del top management, completando il processo condiviso di redazione dei contenuti.

Tempestività

Il Bilancio di Sostenibilità è pubblicato con cadenza annuale, e per la sua diffusione si utilizzano gli strumenti di comunicazione istituzionale impiegati comunemente dall'azienda.

L'ultimo documento pubblicato è quello dell'esercizio 2006 ed è scaricabile dal sito internet. La copia stampata può essere richiesta contattando il Servizio Comunicazione & CSR (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 il sesto 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.



Capitolo I – Raggiungimento degli obiettivi e sfide future

Obiettivi raggiunti

Obiettivi riportati nel Bilancio di Sostenibilità 2006

Aree di impegno	Obiettivo 2007	Raggiungimento
Corporate Social Responsibility	Integrazione della Responsabilità Sociale d'Impresa nella strategia aziendale	La CSR è stata inserita nella strategia aziendale e nel relativo Business Plan di breve-medio termine
	Introduzione di parametri di CSR nel sistema di valutazione del management	Sono stati assegnati obiettivi di CSR nello schema di valutazione del top management
	Estensione delle attività di dialogo ad un panel più ampio di stakeholder	Sono state effettuate indagini mirate individuando un numero più ampio di stakeholder
	Implementazione di iniziative di Responsabilità Sociale d'Impresa a livello locale	È stato ampliato il numero di iniziative locali e potenziata la presenza dell'azienda a network e sessioni di lavoro dedicate al tema della CSR
	Ulteriore integrazione dello standard SA8000 nei processi decisionali a livello strategico. Maggiore coinvolgimento e verifica di alcune tipologie di contractor operativi (Pick-Up & Delivery e Handling) relativamente a tale certificazione	La verifica relativamente alla SA8000 è iniziata nell'anno in oggetto e proseguirà nel 2008
	Preparazione del modello di Business Excellence volto a supportare l'azienda al fine di raggiungere un successo di lungo termine in ambito sostenibile	Nel 2007 è stato predisposto un self assessment previsto dal modello della Business Excellence
Risorse Umane	Rivisitazione del modello di Performance Management System (PMS) con l'introduzione della valutazione delle competenze al fine di uniformare il sistema a quello utilizzato in tutte le Business Unit del mondo	È stato inserito lo schema dedicato alla valutazione delle competenze con l'obiettivo di individuare e pianificare lo sviluppo delle risorse
	Ulteriore aggiornamento dei sistemi di retribuzione variabile	Il sistema già in essere è stato perfezionato e allineato maggiormente agli obiettivi

Risorse Umane	Creazione della Sales Academy per la formazione dedicata alla Forza Vendita	È stata creata la Sales Academy volta a migliorare le competenze e le conoscenze di tutte le persone che operano nel settore delle vendite
Health & Safety (Salute e Sicurezza)	Mantenimento delle certificazioni e pianificazione di visite strutturate in tutti i siti	Sono state riconfermate le certificazioni in essere e sono state completate le visite pianificate
	Visita medica per tutti i dipendenti inseriti negli elenchi della sorveglianza sanitaria per l'anno di riferimento	Il piano previsto è stato completato
	Istituzione di un sistema di valutazione delle performance (KPI) in materia di H&S per ogni singola Unità Operativa diverso dagli infortuni	Il sistema è stato implementato
	Formazione del personale previsto relativamente a Emergenza e Primo Soccorso, carrellisti e RLS	Il piano previsto è stato completato
Clienti	Maggiore standardizzazione dei servizi e introduzione di nuovi prodotti per soddisfare sempre di più le esigenze dei clienti	Nel 2007 è stato lanciato a livello mondiale il nuovo portafoglio prodotti unico, completo, strutturato
	Capitalizzazione del network dei TNT Point	È in corso lo sviluppo della rete già presente su tutto il territorio nazionale
	Focalizzazione sulla qualità e sull'offerta dei servizi Special Services	Nell'anno in oggetto sono state valutate le possibili sinergie per garantire un'elevata qualità del servizio
	Potenziamento del dialogo con i clienti e divulgazione delle informazioni attraverso la creazione di una rivista ad hoc	È stato realizzato "Forward", un magazine totalmente dedicato ai clienti
Fornitori	Consolidamento del processo di informazione dedicato ai contractor operativi attraverso gli strumenti adottati nel 2006 e ricerca di nuove soluzioni ad hoc	Sono state intraprese iniziative a favore dei contractor operativi per supportare il loro coinvolgimento
	Implementazione sistematica del contratto standard relativo ai contractor operativi	È stato rivisto in ottemperanza alle recenti novità in ambito legislativo
	Revisione dei processi nell'ottica di un'integrazione delle attività di acquisto e di una maggiore efficienza	Il processo è stato maggiormente potenziato
	Creazione di un database dedicato ai potenziali fornitori da utilizzare per eventuali ricerche	L'incarico per la valutazione dell'efficacia del sistema è stato affidato ad una società esterna
	Sinergie progettuali con altri Servizi/Direzioni per tutte le tematiche legate alla scelta dei fornitori, le modalità di acquisto e la verifica commerciale delle proposte	Sono state attuate azioni volte a monitorare accuratamente la scelta dei fornitori, la selezione e a garantire rapporti trasparenti anche grazie alla stipula di un numero maggiore di contratti quadro
Ambiente	Riduzione del consumo di energia attraverso l'installazione di corpi illuminanti a basso consumo e di pannelli fotovoltaici nelle nuove strutture	In alcune Filiali sono stati implementati corpi illuminanti a basso consumo ed è stato effettuato lo studio di fattibilità e la pianificazione delle strutture coinvolte nei test pilota relativi ai pannelli fotovoltaici che si terranno nel 2008

Aree di impegno	Obiettivo 2007	Raggiungimento
Ambiente	Riduzione delle emissioni di CO ₂ tramite progetti relativi alla mobilità su strada e all'impatto generato dalla flotta di automezzi	È stato ridotto il numero dei chilometri percorsi attraverso l'ottimizzazione delle tratte ed è stato rispettato il piano di sostituzione della flotta
	Ricerca di nuove partnership al fine di agevolare il rinnovo progressivo della flotta di automezzi	Prosegue il dialogo con le case costruttrici per trovare soluzioni convenienti e favorevoli a generare un minore impatto ambientale
	Adozione di sistemi di videoconferenze al fine di contenere gli spostamenti aerei	È stato implementato il sistema di videoconferenza in Direzione Generale
	Utilizzo di innovative metodologie per la costruzione di tutti i nuovi impianti	Le nuove strutture sono state realizzate sulla base di layout definiti con criteri innovativi
	Raggiungimento del riciclaggio al 100% tramite raccolta differenziata	Oltre all'impegno preso dall'azienda sono state sensibilizzate tutte le strutture ad implementare il sistema
Infrastrutture	Potenziamento del piano di sviluppo immobiliare per migliorare la qualità degli ambienti di lavoro e supportare in maniera adeguata l'incremento del business	È proseguita l'attività secondo i piani stabiliti

Obiettivi da raggiungere nel 2008

Aree di impegno	Obiettivo 2008
Governance	<ul style="list-style-type: none"> • Implementazione del modello relativo al Dlgs. 231 • Training dedicato al tema dell'integrity destinato a tutto il management operativo dislocato sul territorio
Corporate Social Responsibility	<ul style="list-style-type: none"> • Dialogo costante con gli stakeholder e potenziamento degli strumenti già in uso • Ulteriore diffusione della consapevolezza e della cultura della CSR sia internamente sia esternamente • Miglioramento del processo di reporting e standardizzazione del processo in essere • Supporto a progetti finalizzati a rafforzare la Responsabilità Sociale d'Impresa nei processi di business
Health & Safety	<ul style="list-style-type: none"> • Implementazione del piano di road safety • Assegnazione ad ogni responsabile di Filiale/Hub di un target definito fondamentale per il mantenimento costante del Sistema di Salute, Prevenzione e Ambiente
Risorse Umane	<ul style="list-style-type: none"> • Avvio del progetto di change management e coinvolgimento attivo del senior management team • Potenziamento del piano di sviluppo delle competenze manageriali e tecniche attraverso l'introduzione di nuovi strumenti formativi
Clienti	<ul style="list-style-type: none"> • Revisione della metodologia di CLM (Customer Loyalty Measurement) per misurare in maniera maggiormente efficace la loyalty dei clienti • Focalizzazione sul concetto di Customer Experience e sulla qualità della relazione con il cliente • Attuazione di un piano per l'incremento progressivo dei TNT Point
Fornitori	<ul style="list-style-type: none"> • Avvio del "supplier engagement" secondo un sistema strutturato per coinvolgere i fornitori di servizi sulla base del rischio • Maggiore coinvolgimento e verifica di alcune tipologie di contractor operativi (Pick-Up & Delivery e Handling) attraverso audit strutturati
Comunità e Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Focalizzazione sul monitoraggio degli indicatori ambientali e sul sistema di controllo delle emissioni di CO₂ • Lancio di iniziative ambientali che divulgano la conoscenza del progetto Planet me e che contribuiscano a ridurre le emissioni • Coinvolgimento e azioni a supporto della comunità e il contesto in cui l'azienda opera • Sensibilizzazione delle generazioni future su tematiche sociali di portata globale • Azioni di benchmark esterno, partecipazione a network dedicati per misurare la propria posizione sul mercato ed essere parte attiva in un processo di sensibilizzazione • Avvio dei test pilota relativi ai pannelli fotovoltaici e progressiva implementazione dei corpi illuminanti a basso consumo

Capitolo 2 – La nostra realtà

TNT N.V. ha sede in Olanda ed è quotata alla Borsa di Amsterdam. Con le due Divisioni Express e Post impiega più di 161.500 dipendenti e opera in oltre 200 Paesi. Le sue competenze chiave sono il trasporto e la gestione dei network. Che si tratti di una lettera ad un amico, un pacco d'affari all'altro capo del mondo, una spedizione aerea o un container via mare, TNT garantisce consegne 24 ore su 24, 365 giorni all'anno.

TNT sostiene fortemente la Responsabilità Sociale d'Impresa: in tale ottica misura, confronta e rendiconta la propria performance, oltre ad implementare i principali standard internazionali adottati dal Gruppo. Attraverso la partnership con il World Food Programme e il progetto Planet me, si propone inoltre di dare un contributo attivo a due gravi emergenze che assillano l'umanità: la fame e l'inquinamento globale.

Descrizione del business e tendenze di mercato

Attraverso le due Divisioni Express e Post, TNT ritira, trasporta, smista, gestisce, immagazzina e consegna documenti, pacchi, colli e merci combinando infrastrutture (magazzini e veicoli), sistemi elettronici di fatturazione e di tracking e strumenti commerciali, garantendo al contempo una serie di accessori e attività collaterali. I settori serviti includono: automotive e industria, telecomunicazioni ed elettronica, finanziario e governativo.

TNT ritiene che il proprio business nei prossimi 10 anni sarà fortemente condizionato dai seguenti quattro fattori.

Problematiche di natura ambientale

Gli esperti, i politici e l'opinione pubblica, temono che il fenomeno dei cambiamenti climatici costituisca una minaccia per l'ambiente. I crescenti livelli di anidride carbonica (CO₂) nell'atmosfera catalizzano sempre più calore, determinando l'aumento delle temperature. Poiché il settore dei trasporti genera un quinto di queste emissioni, è logico aspettarsi che sia presto coinvolto da provvedimenti e regolamentazioni. La risposta di TNT a questa sfida si chiama Planet me.

Tendenze demografiche

La composizione della popolazione a livello globale sta cambiando. Si prevede che l'innalzarsi dell'età media e della densità degli agglomerati urbani inciderà sulla distribuzione dei beni. A fronte dell'invecchiamento della popolazione, aumenteranno le spese per prodotti e servizi medicali, con una crescita accelerata dei flussi di approvvigionamento e della richiesta di distribuzione al consumatore.

Ristrutturazione delle catene di fornitura globali

Sull'onda della globalizzazione, il commercio intercontinentale sta crescendo rapidamente e le multinazionali tendono a spostare i reparti produttivi nei Paesi con un costo del lavoro inferiore. L'emergente classe media nelle regioni in via di sviluppo determinerà un aumento della spesa in questi mercati, trainando il trasporto locale e i flussi internazionali. Per contro, è possibile che le problematiche ambientali riportino alla localizzazione della produzione e a modelli di autosufficienza regionale.

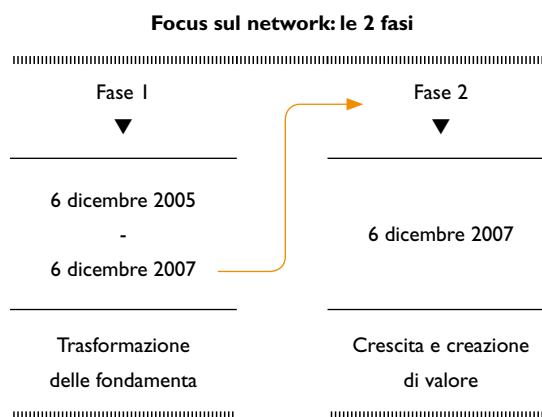
Digitalizzazione

A seguito del continuo evolversi delle tecnologie, i documenti possono essere digitalizzati, trasmessi e

riprodotti senza l'invio di materiale stampato. Il design di beni e servizi, così come lo sviluppo e la promozione globale dei prodotti, influenzeranno di conseguenza le richieste di consegna.

Strategia "focus sul network"

TNT basa la propria strategia sulla fornitura di servizi di consegna, puntando sull'expertise gestionale del network di distribuzione. Tale strategia si chiama "focus sul network". Come indicato nel grafico, nella Fase 1 il Gruppo si è concentrato sulla trasformazione delle proprie fondamenta, rinunciando alle attività di Logistica e Freight Management per concentrarsi sui network (Express e Post) e sull'ottimizzazione della struttura di capitale. A dicembre 2007, con l'inizio della Fase 2, si è deciso di investire sull'ulteriore rafforzamento del portafoglio core (Express courier in Europa e postale in Olanda) e delle piattaforme emergenti (network postali in Europa, pacchi e operazioni Express nei mercati in crescita).



La combinazione di network Express e Post comporta una serie di vantaggi strategici. Si ritiene che l'offerta congiunta di consegne business-to-business e business-to-consumer sarà un elemento di differenziazione nel prossimo futuro, quando le spedizioni generate da e-commerce cresceranno in maniera esponenziale e le grandi metropoli richiederanno servizi sempre più puntuali ai cittadini. Le sinergie strategiche e operative alimenteranno inoltre nel tempo le opportunità trasversali di vendita: poiché la gestione Express e Post è simile a livello di strutturazione dei network, esecuzione e pianificazione, focus sul cliente, segmentazione di mercato e consapevolezza del marchio, TNT potrà ottimizzare centralmente i processi e lo sviluppo delle competenze.

Solidi presupposti

Sono tre i pilastri a sostegno della strategia “focus sul network”:

- creazione di un marchio forte, la chiave per il successo nel mercato globale
- coinvolgimento dei dipendenti, rafforzando il loro senso di appartenenza e rendendoli partecipi delle iniziative aziendali
- impegno per la collettività, implementando la partnership con il World Food Programme e il progetto Planet me.

Con l’obiettivo di uniformare la propria offerta di servizi a livello globale, il 17 settembre è diventato operativo un nuovo portafoglio prodotti incentrato sulle consegne time-definite nelle fasce orarie del mattino (si veda la sezione Clienti).

Strategia di TNT Express

La Divisione di TNT dedicata alle consegne esprese offre la più grande infrastruttura per la consegna door-to-door aerea e su strada in Europa. Con oltre 74.000 dipendenti, TNT Express, azienda business-to-business, ha sviluppato un network estremamente articolato, comprendente 2.331 fra Filiali e Hub, 26.760 veicoli e 47 aerei.

L’intento strategico della Divisione Express nella Fase 1 prevede 4 obiettivi:

- rafforzare la posizione di N° 1 in Europa nei flussi nazionali ed intra-europei
- potenziare la capacità di trasporto dalla Cina per alimentare il network europeo e strutturare un network all’interno del mercato cinese
- conquistare la leadership nel resto del mondo in selezionati mercati emergenti
- espandere la posizione nel mercato globale attraverso l’offerta degli Special Services¹.

Nel 2007 TNT Express ha creato una solida piattaforma sviluppando tutti gli obiettivi prefissati. La posizione in Europa è stata rafforzata, in particolare finalizzando l’acquisizione dell’azienda spagnola TG+ ed espandendo la propria presenza nell’Est europeo. In Cina, è proseguita l’integrazione di Hoau volta a costruire il principale network del Paese; parallelamente, TNT ha implementato il servizio offerto dal Boeing 747 Freighter fra Cina ed Europa, con il fine di capitalizzare questo flusso intercontinentale. Contestualmente all’acquisizione dei network domestici in India e Brasile, è stata estesa la portata del network road nel sud-est asiatico. La crescita nei business sameday e freight time-critical ha, infine, consolidato il settore Special Services. Nella Fase 2 l’enfasi si sposterà sull’ottimizzazione dei network per mettere a frutto i vantaggi competitivi, rafforzare i collegamenti Europa-Asia e integrare le piattaforme da poco acquisite in Cina, India e Brasile.

¹ La categoria di servizi dedicati a valore aggiunto, cosiddetti speciali.

Strategia di TNT Express Italy

Leader di mercato nel settore domestico con il più grande network nazionale, la Business Unit italiana è intenta a rivedere e standardizzare, nel medio-lungo termine e in linea con la strategia divisionale, i processi di tutte le funzioni e i sistemi a supporto in una logica multi-funzionale, al fine di ottenere miglioramenti durevoli a livello di operatività e qualità. TNT Express Italy opera sul mercato internazionale avvalendosi del network della Divisione Express. Sul piano infrastrutturale, l'applicazione della strategia globale "focus sul network" ha portato nel 2007 al rafforzamento dei collegamenti sul territorio e all'apertura di nuovi insediamenti a Reggio Emilia (7 maggio), Trieste (14 maggio), Bergamo e Catania (9 luglio), questi ultimi dotati di corpi illuminanti ad alta efficienza energetica. Ogni Filiale è fornita dei più avanzati dispositivi di sicurezza e concepita nell'ottica di ottimizzare i tempi di lavorazione dei colli.

Il 1 febbraio TNT Express Italy ha ufficializzato l'adesione a Sustainable Energy Europe (SEE)², impegnandosi a sviluppare, fra gli altri, il programma NOP (Network Optimization Project): esso prevede la razionalizzazione del percorso dei circa 1.000 mezzi che collegano ogni notte i centri di smistamento alle 134 Filiali. Un software specifico, "Dante", analizza i flussi di traffico del network, permettendo un miglioramento costante di obiettivi e percorsi, con conseguente riduzione dei mezzi impiegati. Grazie alla posizione baricentrica dell'Hub di Piacenza, i veicoli pesanti risparmiano 2.549 chilometri di percorso ogni giorno, pari a oltre 560.000 chilometri all'anno.

Chi è TNT Express Italy

Network	134 16 1.200* 5	Filiali Hub TNT Point ³ Customer Service
Flotta	4.200* 7	veicoli aerei
Workforce	3.171 1.300* 100.000 180.000	collaboratori diretti collaboratori indiretti clienti spedizioni gestite al giorno per 310.000 colli movimentati
Performance economiche	699.466 390.168	mln euro fatturato netto mln euro stato patrimoniale attivo

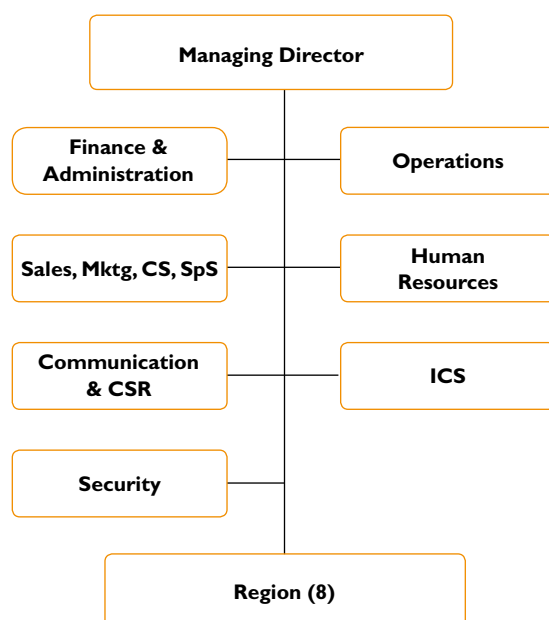
* I dati sono stimati.

² Per maggiori informazioni in proposito si veda la sezione Ambiente.

³ I TNT Point sono centri di raccolta in cui è possibile effettuare la spedizione di lettere e piccoli pacchi.

Struttura organizzativa di TNT Express Italy

Riportano direttamente all'Amministratore Delegato le Funzioni indicate nell'organigramma sottostante. La gestione delle Region, create sulla base della dislocazione delle strutture sul territorio nazionale, è affidata ai Regional Business Manager il cui compito è garantire la corretta applicazione della strategia aziendale per la propria area di competenza, l'attuazione del business plan e l'analisi dei rischi e delle opportunità. Tale organizzazione favorisce una piena integrazione tra l'Head Office e il territorio, una totale focalizzazione sugli obiettivi di business e una velocizzazione del processo decisionale a fronte dell'analisi preventiva dei rischi e delle opportunità.



Gestione della sostenibilità e Corporate Governance

La Responsabilità Sociale è parte integrante della strategia e delle attività di TNT. Orientata ad una politica aziendale di eccellenza, TNT fonda la gestione delle operazioni su propri standard e Principi etici aziendali, al fine di garantire moralità e trasparenza. Ogni Divisione e Business Unit ha il mandato di implementare le politiche di Responsabilità Sociale e monitorare i risultati conseguiti.

Ciò implica l'impegno a perfezionare i sistemi di gestione, incorporare la responsabilità sociale nei contratti con i fornitori, porre attenzione a quanto accade nelle comunità locali e migliorare le performance in tema di sostenibilità.

TNT Express Italy si conforma alle linee guida di Corporate Governance del Gruppo.

In termini di integrazioni e adeguamenti necessari, nel corso del 2007 l'azienda ha inserito la Responsabilità Sociale all'interno della propria strategia. Lo scopo a tendere per il 2008 è definire gli obblighi manageriali e fissare target e obiettivi concreti, da legare a piani di incentivazione: questo nell'ottica di creare un'ulteriore integrazione della responsabilità sociale nel tessuto aziendale e di rafforzare la partecipazione e la consapevolezza dei senior manager nei confronti di questa tematica.

Mission

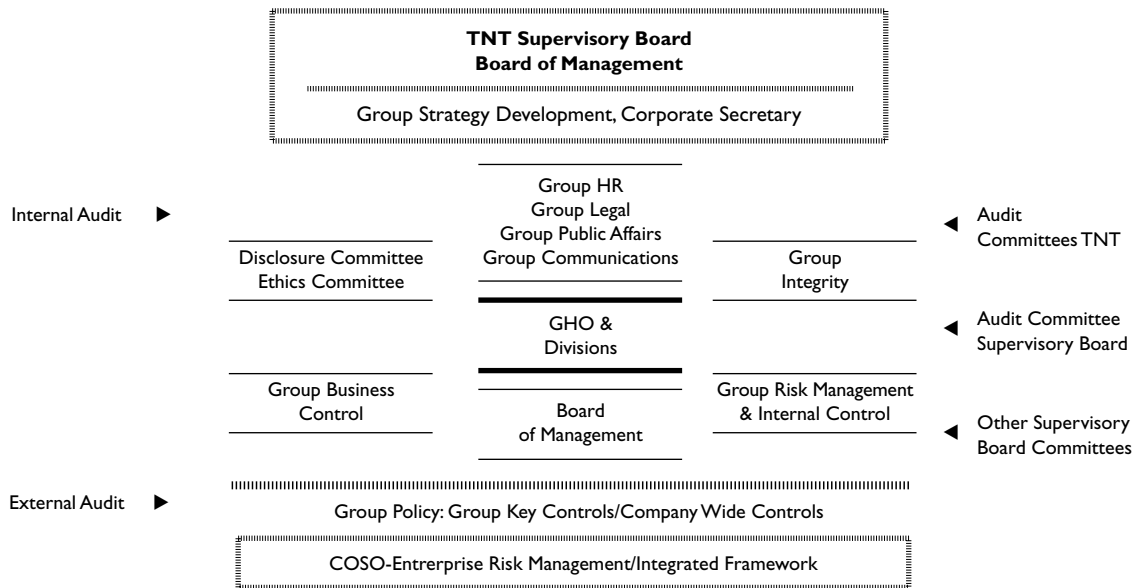
La mission di TNT è andare oltre le aspettative dei clienti nel trasporto delle loro merci e dei loro documenti in tutto il mondo.

TNT crea valore per i clienti offrendo le soluzioni più affidabili ed efficienti attraverso i propri network di distribuzione.

TNT aspira ad essere leader nel proprio settore:

- infondendo orgoglio nelle proprie persone
- creando valore per i propri stakeholder
- impegnandosi in maniera responsabile per un mondo migliore.

TNT Supervisory Board*



* Struttura di controllo e risk management del Gruppo.

La Governance dell'impresa

TNT Express Italy è una Business Unit della Divisione Express appartenente al Gruppo olandese TNT N.V., fornitore globale di servizi di trasporto espresso e mail con sede ad Amsterdam.

La Sede Legale di TNT Global Express S.p.A. è a San Mauro Torinese (Torino); il Consiglio di Amministrazione è composto dal Presidente e Amministratore Delegato Christian Drenthen e da due consiglieri delegati. TNT Global Express S.p.A. detiene la totalità delle società Gelders Holding B.V (NL), TNT Worldwilde Air Express Limited (UK) e GO Polska sp. Z.o.o. in liquidazione (Poland).

Tra le operazioni societarie del 2007 si evidenzia la fusione per incorporazione di TNT Services, il 1° gennaio 2008 Central Services è stata invece cancellata dal Registro delle Imprese per chiusura della procedura di liquidazione.

A livello di Corporate Governance recepisce le linee guida emanate dal Gruppo ed è sottoposta ad eventuali procedure di controllo.

Modello di gestione e controllo di Gruppo

Il Gruppo TNT adotta un sistema di Corporate Governance a due livelli, comprendente un Board of Management e un Supervisory Board indipendente. La gestione esecutiva è affidata al primo ente, sotto la supervisione del secondo.

Board of Management

Responsabile in solido delle strategie e delle politiche

attuare, il Board of Management è impegnato ad assicurare risultati in linea con gli obiettivi prefissati. Si compone di quattro membri: il CEO, il CFO e due Group Managing Director.

Al Board of Management riporta il Disclosure Committee, che consente di divulgare informazioni complete, corrette e tempestive, tali da presentare la situazione reale dell'azienda sotto ogni aspetto materiale, e l'Ethics Committee, incaricato di implementare politiche e procedure di Gruppo finalizzate a promuovere comportamenti etici ed integri e a prevenire le frodi. L'Ethics Committee accerta il pieno rispetto della Whistleblower Policy e della Policy sulla Prevenzione delle Frodi.

Supervisory Board

Impegnato nel valutare l'adeguatezza dell'assetto organizzativo e dei sistemi di controllo interno, fornisce pareri al Board of Management e ha il potere di prendere iniziative nel caso in cui si manifestino irregolarità o mancate azioni.

Al Supervisory Board riportano i seguenti enti:

- **Audit Committee:** oltre ad avere funzione consultiva sulle operazioni di carattere strategico ha il compito di monitorare la correttezza del Bilancio, la qualifica, l'imparzialità e le attività svolte dai revisori, il sistema di controllo interno e la gestione dei rischi
- **Remuneration Committee:** pianifica la politica retributiva dei membri del Board of Management

- **Nomination Committee:** stabilisce i criteri di selezione e di nomina dei membri del Board of Management e del Supervisory Board, oltre alla procedura di successione
- **Public Affairs Committee:** svolge una funzione consultiva per il Board of Management impegnandosi a gestire (1) la policy sugli affari pubblici di TNT, governando le relazioni con gli enti internazionali e nazionali, e (2) le policy ambientali e sociali di TNT. Il Public Affairs Committee sottopone al Supervisory Board le proprie considerazioni e i risultati materiali delle proprie ricerche. Nel 2007 i principali argomenti di discussione sono stati i bilanci di sostenibilità, la salute e sicurezza, Planet me e la liberalizzazione del mercato postale in Europa e nei Paesi Bassi.

Il 18 giugno 2007 TNT ha effettuato il delisting dalla Borsa Valori di New York e, conseguentemente, dalla Securities and Exchange Commission statunitense. Il Board of Management di TNT si è impegnato tuttavia a perseguire un elevato standard di corporate governance in ottemperanza al Codice di Corporate Governance olandese, mantenendo un approccio ispirato agli elementi positivi del Sarbanes-Oxley Act statunitense nell'ottica di creare valore per il Gruppo. La gestione dei rischi, del controllo interno, dell'integrità e della conformità è stata significativamente rafforzata e inserita negli obiettivi di business di TNT e nelle procedure a supporto.

Il sistema adottato da TNT Express Italy

I principali organi societari di TNT Express Italy sono:

Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione, eletto dall'Assemblea dei soci, 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. Attualmente è composto dal Presidente e Amministratore Delegato e da due 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 e l'approvazione del progetto di Bilancio d'Esercizio e di quello di Sostenibilità.

Numero riunioni CdA 2007: 4.

Collegio sindacale

Composto da 3 sindaci effettivi e da 2 supplenti. Il Presidente del Collegio sindacale, così come tutti i suoi componenti, sono nominati dall'Assemblea. Nel corso dell'anno in oggetto il Collegio sindacale si è riunito 5 volte.

Il controllo dell'applicazione dei principi di Governance

Il controllo sistematico della corretta applicazione dei principi di Governance societaria avviene attraverso un sistema che prevede anche la presenza di strutture dedicate e specifiche: le funzioni già consolidate di Risk Management e Qualità e quelle nuove di Integrity Management e Audit Interno.

Integrity Manager

TNT Express Italy ha deciso di rafforzare il proprio programma di anticorruzione in conformità al decreto legislativo n. 231 dell'8 giugno 2001⁴, che disciplina la responsabilità degli enti per gli illeciti amministrativi dipendenti da reato e che vedrà la sua completa applicazione nel 2008.

Nell'anno in oggetto sono stati registrati 2 incidenti in tale ambito, che si sono chiusi con la risoluzione del contratto di lavoro; è pertanto ferma intenzione dell'azienda continuare a promuovere misure adeguate e preventive sul fronte corruzione, divulgando in maniera costante le procedure interne e aumentando la consapevolezza fra i dipendenti. Oltre alla nomina dell'Integrity Manager l'azienda ha dedicato una sessione di formazione specifica al top management tenutasi a novembre, cui seguirà un training dedicato a più ampio raggio destinato al management operativo sul territorio. In caso di incidenti di illecito o corruzione, ogni dipendente potrà informare direttamente il Supervisory Board o comunicarli all'Integrity Manager di TNT Express Italy, che provvederà a valutare l'informazione ricevuta con gli enti competenti.

Audit Interno

Svolge funzioni di monitoraggio e verifica sul corretto funzionamento del sistema di controllo interno aziendale. Nell'ambito di non conformità derivanti dal mancato rispetto della norma SA8000 il dipendente potrà comunicare direttamente i propri eventuali dubbi all'Ente delegato esterno a TNT che presenterà

⁴ Decreto Legislativo 8 giugno 2001, n. 231 pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 140 del 19 giugno 2001: "Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica, a norma dell'articolo 11 della legge 29 settembre 2000, n. 300".

il reclamo al Comitato di Controllo composto da: Ente Delegato, Responsabile Sistema SA8000, Rappresentante Direzione, Referente dei Lavoratori per SA8000.

Nel 2007 si è tenuta la verifica del CAS⁵: l'esito è stato sottoposto ad analisi e le note evidenziate sono state prese in carico dall'Audit interno di TNT Express Italy.

Risk Management

Ha il compito di presidiare il processo di identificazione e gestione dei rischi aziendali e di proporre un piano di interventi di miglioramento. Con particolare riferimento all'anno in corso e all'analisi delle attività svolte i principali rischi aziendali sono stati identificati nell'ambito dei subcontractor e dell'impatto ambientale.

A supporto della valutazione è stato predisposto un piano di interventi di miglioramento.

Gestione della Responsabilità Sociale d'Impresa

Le tendenze economiche e commerciali, unite alla sfida rappresentata dai mercati emergenti, generano un confronto con innumerevoli problematiche sociali ed ambientali. La strategia di responsabilità sociale del Gruppo⁶ fa riferimento alla sottoscrizione del Global Compact delle Nazioni Unite, che abbraccia, sostiene e promuove uno spettro di valori nell'ambito dei diritti umani, degli standard lavorativi e dell'ambiente. TNT continua inoltre far parte del panel di aziende che collaborano ad agire nel rispetto degli standard ILO, mentre nei Principi di Business TNT sottoscrive invece il proprio impegno verso l'integrità, la legalità, il miglioramento continuo e la sostenibilità.

Il Board of Management è coinvolto attivamente nello sviluppo di politiche globali di CSR, inclusi gli obiettivi per il management, collegati a sistemi di incentivazione. Ogni nuova acquisizione presuppone una totale adesione alle politiche di responsabilità sociale, inclusa l'implementazione dei cinque standard di gestione.

Il modo in cui TNT opera e gestisce la propria flotta deve a sua volta essere conforme alle normative, sempre più severe, emanate dai governi per far fronte alle problematiche legate all'inquinamento atmosferico. Nel 2006 e nel 2007 TNT ha acquisito due Boeing 747, aumentando così il numero di spedizioni effettuate da aerei di proprietà, che prima invece venivano terziarizzate. Se da un lato ciò ha aumentato le

emissioni di CO₂ prodotte dal Gruppo, dall'altro ha consentito all'azienda di assumersi in prima persona la responsabilità del proprio impatto ambientale. TNT sviluppa e implementa procedure e iniziative per promuovere un ambiente positivo e sostenibile, oltre ad un contributo sociale in ogni comunità in cui opera. È ferma convinzione che qualsiasi azione intrapresa per aiutare a risolvere un grave problema mondiale possa rafforzare il senso di appartenenza dei dipendenti, oltre ad avere un'influenza positiva sulla reputazione dell'organizzazione. Importante è infatti l'impegno che l'azienda si è assunta a favore della riduzione di CO₂ sul fronte sia dei mezzi e della relativa sensibilizzazione dei propri stakeholder sia delle infrastrutture (si veda la sezione Ambiente). Nel 2007 un riconoscimento esterno ha premiato gli sforzi in tale direzione: la prima posizione nel settore al Dow Jones Sustainability Index, con il punteggio più alto fra le aziende quotate all'indice. Sulla base delle linee guida di Gruppo e come conseguenza della propria evoluzione nell'ambito della Responsabilità Sociale d'Impresa, TNT Express Italy prosegue il proprio percorso privilegiando il concetto di sostenibilità inteso come capacità di coniugare cittadinanza di impresa con obiettivi finanziari. Per crescere diventa fondamentale prestare attenzione alla creazione di valore non solo economico, ma anche sociale ed ambientale, sostenendo il contesto in cui l'azienda opera in un'ottica di lungo periodo. La visione di TNT Express Italy nell'ambito della Responsabilità Sociale d'Impresa non è unicamente incentrata sulla scelta di sostenere opere a sfondo umanitario, ma anche sulla volontà di rafforzare il proprio ruolo di soggetto attivo che si impegna a promuovere progetti e a coinvolgere i propri stakeholder per creare una cultura sempre più responsabile.

⁵ Corporate Audit Service.

⁶ Disponibile sul sito TNT di Gruppo <http://group.tnt.com/socialresponsibility>

Modello di applicazione e struttura organizzativa

A livello Italia, la struttura organizzativa che si occupa di pianificare e gestire i progetti e gli strumenti che consentono di integrare i criteri di sostenibilità nell'attività dell'azienda è il Servizio Comunicazione & CSR, in staff all'Amministratore Delegato, in collaborazione con gli altri enti ritenuti strategici in tale ambito.

La sfera di attività prevede:

- garantire il processo di rendicontazione su tutti i temi relativi alla sostenibilità, dalla gestione dei dati di Gruppo al Bilancio di Sostenibilità
- supportare i vertici aziendali nella scelta delle politiche di responsabilità sociale e garantire la corretta applicazione della strategia su tale tema
- valutare le aspettative dei principali stakeholder di riferimento attraverso strumenti di dialogo che consentano di identificare i rischi e le opportunità correlate
- analizzare gli scenari a livello nazionale e internazionale assicurando il posizionamento dell'azienda nell'ambito della strategia di responsabilità sociale e ambientale, promuovendo un dialogo costruttivo con gli interlocutori di riferimento presenti sul mercato.

Il modello adottato per migliorare il proprio percorso di sostenibilità, dopo aver completato il piano di certificazioni per tutti i siti aziendali (totale copertura FTE's), prevede l'individuazione delle funzioni aziendali maggiormente coinvolte su particolari temi e la loro relativa responsabilizzazione nell'applicazione dei principi e dei valori nella loro attività quotidiana, contribuendo in maniera consapevole a sviluppare tale tema e a proseguire il dialogo con gli stakeholder di riferimento. La funzione CSR svolge in questo contesto un ruolo di supporto, consulenza e coordinamento dettando le linee guida recepite dalla Casa Madre. A livello internazionale un team dedicato effettua il monitoraggio degli indicatori maggiormente importanti sulla base di un sistema di rendicontazione ormai consolidato, gestito in ogni Business Unit dai rappresentanti della CSR. Attraverso incontri programmati è prevista, inoltre, un'attività di confronto a livello internazionale su tali temi e sulle iniziative da intraprendere nel corso dell'anno.

Sistema integrato di gestione qualità, ambiente ed etica

La gestione dei temi maggiormente significativi nell'ambito della Responsabilità Sociale d'Impresa, salvaguardia dell'ambiente, salute e sicurezza dei lavoratori e della qualità dei processi interni è conforme ai principali standard internazionali ed è basata su unico sistema integrato.

Gli standard ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, SA8000, EBTRUST sono estesi a tutti i siti di TNT Express Italy.

Valutazione rischi e opportunità

Nell'anno in oggetto si è tenuto un workshop che ha visto coinvolto tutto il top management per l'individuazione dei rischi aziendali maggiormente rilevanti e le eventuali criticità che possono derivarne. Tra tutti i rischi emersi sono state evidenziate alcune aree tematiche particolarmente sensibili per l'impatto sul business: perdita di clienti chiave, problematiche relative ai subcontractor e alle nuove normative vigenti, salute e sicurezza sul lavoro, emergenza ambientale.

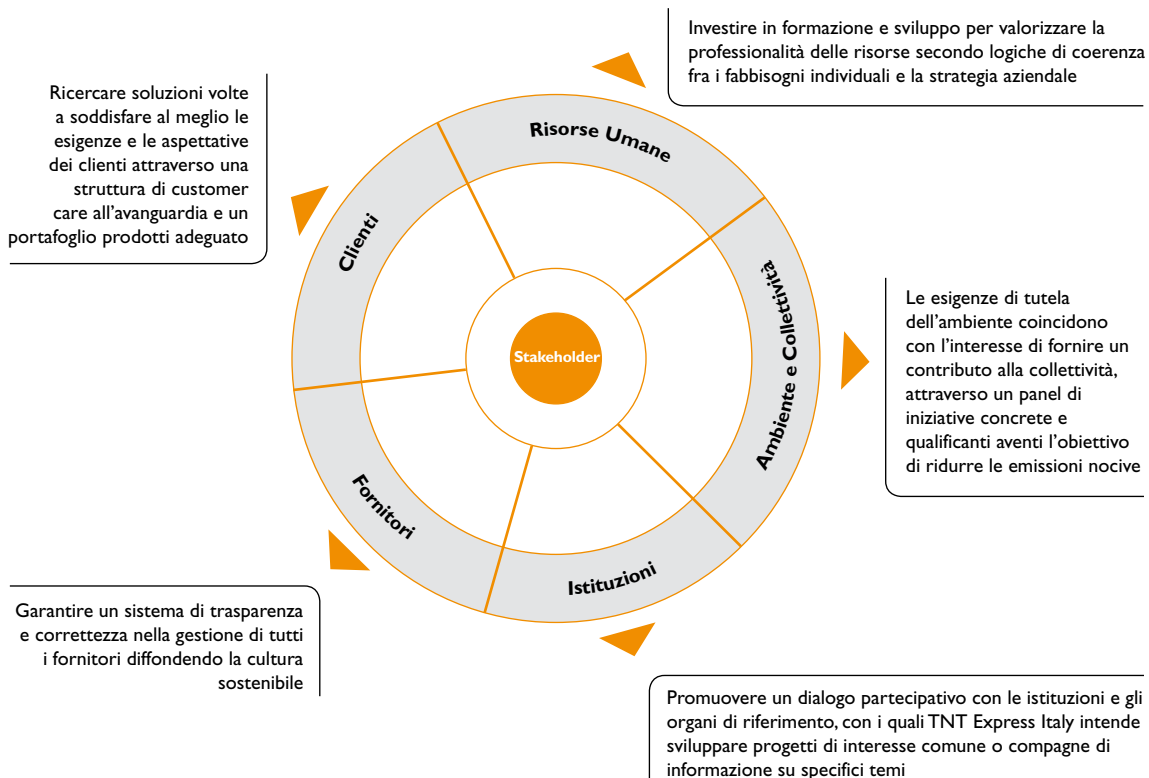
Dialogo con gli stakeholder

TNT Express Italy coinvolge sistematicamente i propri stakeholder per migliorare la comprensione delle loro prospettive e preoccupazioni riguardanti i rischi e le responsabilità. Si tratta di un modo per rendersi conto dell'impatto delle proprie attività su vari gruppi, prevenire ripercussioni negative, dare vita a collaborazioni produttive e acquisire una gamma di opinioni e vedute diverse. Conoscere le esigenze degli stakeholder aiuta inoltre a sviluppare nuovi prodotti e servizi e ad affrontare insieme le sfide sulla responsabilità sociale. TNT Express Italy ha adottato un approccio multistakeholder ormai da alcuni anni e ha continuato a sviluppare anche nel 2007 indagini di "stakeholder engagement" finalizzate a valutare la percezione su temi quali salute e sicurezza, ambiente, Responsabilità Sociale d'Impresa e sostenibilità.

L'identificazione del panel di stakeholder avviene sulla base di principi differenti a seconda delle categorie: sono inclusi tutti i dipendenti di TNT Express Italy, mentre viene selezionato un numero predefinito di clienti e fornitori secondo criteri di eterogeneità (tipologia, fatturato, settore di appartenenza, ecc.) e livello di rischio.

Di particolare rilevanza un'indagine dedicata alla soddisfazione dei clienti (si veda la sezione Clienti), una survey volta a misurare il livello di engagement dei dipendenti (si veda la sezione Risorse Umane) e una rivolta alla community. Per quest'ultima, condotta su di un panel eterogeneo, il responso è stato di circa il 15% e dai risultati è emerso come la collettività sia sempre più interessata al tema ambientale e alle iniziative intraprese dalle aziende. Buona la percezione di TNT come azienda che opera sul mercato.

Mappa degli stakeholder e principi di relazione



Capitolo 3 – Responsabilità Economica

Situazione economica generale e andamento della gestione

Dopo la forte accelerazione evidenziata nel corso del 2006 (+1,9%), l'economia italiana è cresciuta ad un tasso superiore al potenziale per il secondo anno consecutivo: nel 2007 l'aumento del PIL è stato pari all'1,5%. Il risultato, inferiore alle attese, è dovuto alla contrazione subita nell'ultimo trimestre 2007.

I consumi, la produzione e l'export (driver macro-economici che guidano lo sviluppo del business del trasporto, nel settore domestico i primi due e in quello internazionale il terzo) hanno registrato le seguenti variazioni: consumi +1,4% (+1,5% nel 2006); produzione -0,2% (+2,3% nel 2006); export +5% (+8,8% nel 2006). Anche quest'anno TNT Express Italy ha dimostrato di saper cogliere le opportunità offerte dal mercato ed ha rinforzato la propria posizione di leader a livello domestico, nonché di attore di primaria importanza nel settore del trasporto espresso in generale.

I fattori esterni di successo sono stati significativamente rinforzati dal perseguimento dell'annunciata strategia d'azione, fondata su 5 pilastri tra loro interdipendenti:

- soddisfazione dei clienti
- soddisfazione dei dipendenti
- qualità del servizio
- teamwork
- comunicazione chiara e trasparente.

Soddisfazione del cliente interno ed esterno, qualità e comunicazione continuano ad essere considerate dall'azienda gli elementi chiave di successo; anche nel corso dell'esercizio del 2007 particolare attenzione è stata rivolta all'attuazione di uno sviluppo sostenibile, con l'identificazione di chiare politiche di miglioramento dell'impatto ambientale.

Andamento economico di TNT Express Italy

L'esercizio 2007 evidenzia un risultato economico positivo con un incremento del fatturato del +5,8% rispetto al 2006.

Il risultato d'esercizio presenta però una variazione negativa rispetto allo scorso anno dovuta principalmente alla crescita più che proporzionale dei costi della produzione.

Nel dettaglio la crescita del fatturato è relativa sia al domestico (+4,7%) sia all'internazionale (+10%). Il segmento di business degli Special Services ha invece registrato un decremento rispetto allo scorso esercizio (-4,5%) dovuto all'effetto del significativo volume d'affari non ricorrente legato ai Giochi Olimpici Invernali del 2006; non considerando il fatturato derivante da questo progetto, anche gli Special Services hanno fatto registrare una crescita pari al +3,3%.

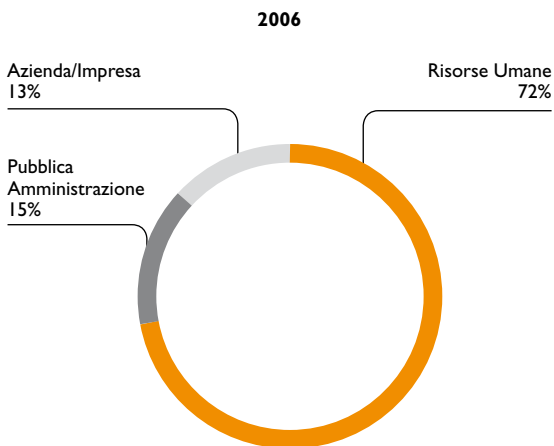
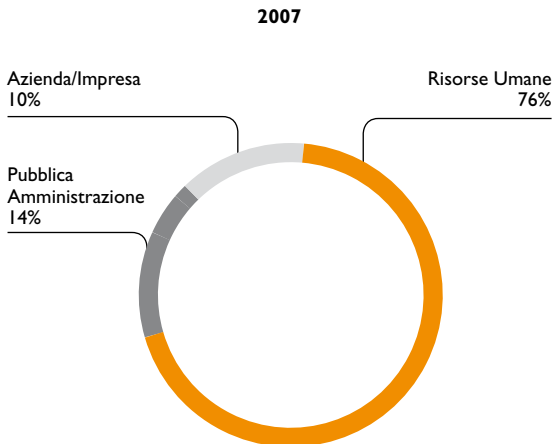
Determinazione del Valore aggiunto
(migliaia di euro)

	2007	2006
A) VALORE DELLA PRODUZIONE		
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	699.466	653.821
Rettifica di ricavo	(3.480)	(5.624)
Altri ricavi e proventi	7.389	12.116
RICAVI DELLA PRODUZIONE TIPICA	703.375	660.313
B) COSTI INTERMEDI DELLA PRODUZIONE	482.204	442.344
Consumi materie prime	7.195	5.545
Costi per servizi	430.123	391.520
Costi per godimento di beni di terzi	38.083	36.612
Accantonamenti per rischi	1.735	3.444
Oneri diversi di gestione	5.068	5.223
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	221.171	217.969
C) Componenti accessori e straordinari	3.021	4.883
Saldo gestione accessoria	(523)	(727)
Ricavi accessori	2.714	582
Costi accessori	(3.237)	(1.309)
Saldo componenti straordinari	3.544	5.610
Ricavi straordinari	8.434	10.166
Costi straordinari	(4.890)	(4.556)
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	224.192	222.852
Ammortamenti e svalutazioni	(21.894)	(21.014)
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	202.298	201.838

Distribuzione del Valore aggiunto

Il Valore aggiunto relativo al 2007 risulta essere così ripartito:

- la quota più rilevante, pari al 76%, in aumento rispetto allo scorso anno, è stata destinata alla remunerazione del personale diretto in termini di stipendi, oneri sociali ed accantonamenti a fondi quiescenza e altre spese (es. buoni pasto). Rientrano in questa quota anche le spese per il personale indiretto (interinali, consulenti, ecc.)
- la percentuale destinata alla Pubblica Amministrazione è pari al 14% e non ha segnato variazioni significative rispetto all'anno precedente
- il 10% viene tenuto all'interno dell'azienda quale fonte di autofinanziamento.



Investimenti

Sulla base degli orientamenti operativi e strategici di fondo e in considerazione delle priorità emerse, TNT Express Italy, nel corso dell'esercizio in esame, ha effettuato importanti investimenti ispirati principalmente alle esigenze espresse dai clienti e al relativo livello di soddisfazione registrato nel corso delle indagini condotte attraverso lo strumento del CLM (Customer Loyalty Measurement).

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

Anche nel 2007 è proseguita l'attività di miglioramento delle strutture operative, prendendo come modello di riferimento gli standard previsti dal British Safety Council e tenendo conto dell'impegno dell'azienda a favore dell'ambiente.

Capitolo 4 – Risorse Umane

TNT Express Italy è un'azienda che offre servizi. In quanto tale, i dipendenti, e il modo in cui lavorano, fanno la differenza. La motivazione e il benessere delle persone sono dunque fattori critici per lo svolgimento efficace del business. L'approccio dell'organizzazione alla gestione delle risorse si basa sul totale allineamento agli standard OHSAS 18001, Investors in People e SA8000. Il primo fissa parametri relativi al continuo miglioramento degli aspetti inerenti la salute e la sicurezza a livello di Business Unit. Investors in People riconosce nei dipendenti sia l'elemento portante per il successo dell'organizzazione, sia l'asset strategico di differenziazione sul mercato: a tale proposito, TNT Express Italy incentiva la formazione e lo sviluppo costante delle competenze, rivolgendosi contestualmente al mercato esterno per acquisire know-how e conoscenze che possano costituire un vantaggio competitivo. Infine, attraverso lo standard SA8000, l'azienda si impegna a garantire condizioni di lavoro appropriate nel pieno rispetto dei diritti umani.

Dati caratteristici

TNT Express Italy conta 3.171 dipendenti impiegati sul territorio nazionale nel pieno rispetto dei diritti sanciti dalle norme di legge e dai contratti di lavoro, e senza alcun tipo di discriminazione di genere, razza, nazionalità e credenza religiosa. Nel 2007 non sono stati registrati casi di discriminazione.

Tutte le risorse impiegate sono tenute a conoscere e rispettare i principi di onestà, affidabilità, imparzialità, trasparenza e correttezza contenuti nel Codice dei Principi Etici¹ e a mettere a disposizione il proprio know-how all'interno dell'azienda.

Organico per qualifica

Qualifica	2007		2006		2005	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini
Dirigenti	6	70	7	75	8	79
Quadri	30	173	24	168	24	158
Impiegati	1.381	1.498	1.328	1.490	1.281	1.491
Operai	0	13	0	9	0	14
Totale	1.417	1.754	1.359	1.742	1.313	1.742

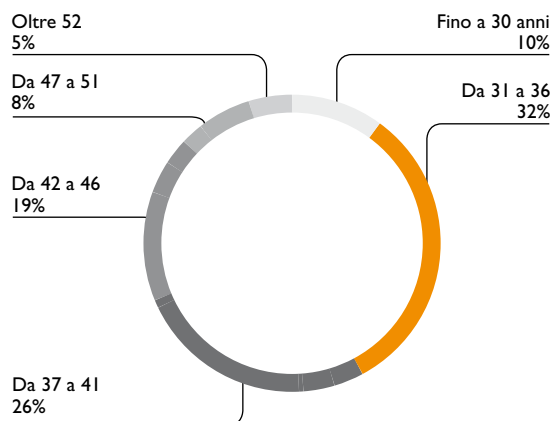
L'organico complessivo è passato da 3.101 dipendenti nel 2006 a 3.171 nel 2007 evidenziando un incremento del 2,2% rispetto allo scorso anno, frutto della necessità di potenziare alcune aree funzionali e di supportare l'evoluzione del business.

Composizione dell'organico per fascia d'età (2007)

Età media	Dirigenti	Quadri	Impiegati	Operai
Fino a 30 anni	0	1	326	0
Da 31 a 36	4	21	973	1
Da 37 a 41	15	58	759	5
Da 42 a 46	30	64	503	1
Da 47 a 51	22	37	192	5
Oltre 52	5	22	126	1
Totale	76	203	2.879	13

¹ Il Codice dei Principi Etici è consultabile sul sito www.tnt.com

Distribuzione organico per fascia d'età



Composizione dell'organico per anzianità aziendale (2007)

Anzianità media	Dirigenti	Quadri	Impiegati	Operai
Fino a 5 anni	17	35	759	6
Da 6 a 11	19	68	940	3
Da 12 a 16	14	48	564	2
Da 17 a 21	16	40	495	2
Da 22 a 26	7	9	104	0
Oltre 27	3	3	17	0
Totale	76	203	2.879	13

Composizione dell'organico per tipologia contrattuale

Tipo di contratto	2007	%	2006	%	2005	%
Tempo indeterminato	3.134	99%	3.062	99%	3.006	98%
Tempo determinato	37	1%	39	1%	49	2%
Totale	3.171		3.101		3.055	
Full-time	2.659	84%	2.629	85%	2.608	85%
Part-time	512	16%	472	15%	447	15%

Distribuzione geografica

Area	2007	2006	2005
Nord	2.202	2.157	2.131
Centro	550	539	549
Sud	419	405	375

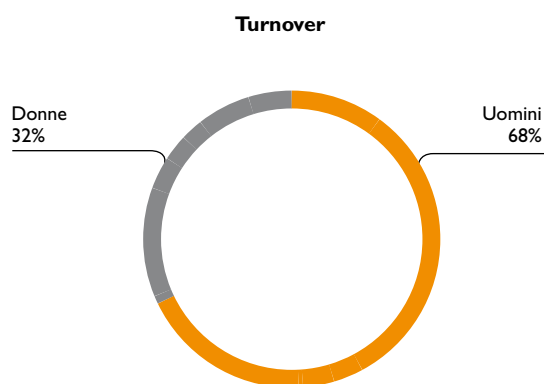
Si riconferma medio-bassa l'età del personale in quanto circa il 68% è rappresentato da dipendenti al di sotto dei 40 anni. La quasi totalità di essi risulta essere in forza con un contratto a tempo indeterminato. Relativamente alla distribuzione geografica la ripartizione del personale rimane proporzionalmente invariata rispetto all'anno precedente, segnando una concentrazione maggiore nelle aree del nord Italia.

Sistemi per la gestione delle Risorse Umane

Selezione e inserimento

Per operare in un mercato in rapida evoluzione TNT Express Italy, pur privilegiando la crescita interna dei dipendenti, continua a ricercare all'esterno personale competente da collocare su tutto il territorio nazionale, in grado di apportare know-how ed innovazione al business. Il processo di selezione, basato sull'analisi dei fabbisogni professionali, del budget e del piano strategico individuati dall'azienda, è articolato in un'attività di ricerca e valutazione attraverso avanzati strumenti di ricerca. Ad esempio, per la selezione di alcune figure professionali viene applicato un Recruitment Toolkit che nel 2008, sarà utilizzato per la selezione di tutti i profili. Costante la presenza dell'azienda ai Career Day e le collaborazioni con Università ed enti di formazione per il reclutamento di studenti sia italiani sia stranieri che hanno la possibilità di scegliere di effettuare uno stage nelle diverse aree dell'organizzazione. Le dimensioni dell'azienda e la molteplicità di ambiti in cui è attiva rendono ampia la fascia delle opportunità di inserimento. Particolare attenzione è dedicata a figure con specializzazioni in discipline economico-scientifiche e che abbiano una buona conoscenza della lingua inglese.

Anche nel 2007 TNT Express Italy si è impegnata ad attuare il piano definito per l'inserimento con contratto a tempo indeterminato di diverse risorse oggi operanti principalmente presso i Customer Service e precedentemente impiegate con contratto interinale. Su un totale di 111 dimissioni volontarie si è evidenziato il seguente turnover suddiviso per sesso:



Assunzioni per tipologia contrattuale

	2007	2006	2005
Tempo indeterminato	167*	133	104
Tempo determinato	35	36	5
Altro	0	0	0
Totale	202	169	109

* Di questi 137 assunti erano interinali.

Sviluppo

TNT Express Italy è impegnata nella formazione, valorizzazione e sviluppo delle risorse umane, pianificando percorsi di crescita secondo logiche volte a garantire la coerenza tra esigenze aziendali e individuali. In uno scenario in continua evoluzione l'azienda ha definito strategie, processi e strumenti di gestione in linea con lo standard adottato Investors in People e con la cultura che intende sviluppare.

In particolare l'azienda si propone di:

- far crescere e motivare le risorse a migliorare le prestazioni e le proprie competenze fornendo gli strumenti necessari per raggiungere gli obiettivi assegnati
- accrescere il senso di responsabilità individuale, anche nell'ambito dello sviluppo professionale
- rafforzare la cultura del lavoro di team
- avere a disposizione persone competenti.

Coerentemente con la politica intrapresa nel 2007, all'interno del PMS (Performance Management System), lo strumento di cui si avvale l'azienda ormai da anni per monitorare le performance di ogni dipendente, è stata introdotta la valutazione delle competenze che consentirà di strutturare in maniera maggiormente articolata piani di sviluppo ad hoc. Tale valutazione va ad

aggiungersi alle altre fasi del Performance Management System (l'assegnazione degli obiettivi annuali, la verifica di metà anno e la valutazione delle performance) e viene effettuata con due metodologie distinte:

- 360°: è rivolta ai responsabili appartenenti agli stream più elevati dell'organizzazione, e riguarda le competenze manageriali mappate a livello divisionale (TNT Competency Framework). Tramite uno strumento on-line gestito da un provider esterno la risorsa viene valutata da un panel composto da responsabile diretto, collaboratori, colleghi e nel contempo viene chiamata a fornire la propria autovalutazione
- 180°: è rivolta ai dipendenti che appartengono a specifici stream e, anch'essa, si rifa alle competenze manageriali (TNT Competency Framework). Attraverso questo metodo, gestito in forma cartacea, la risorsa si autovaluta e viene valutata dal responsabile diretto.

Per sostenere al meglio le novità apportate al sistema è stato offerto un supporto metodologico a tutti i gestori di risorse per la compilazione del materiale di sostegno e per la gestione della fase di comunicazione ai propri collaboratori.

I dati qui di seguito riportati indicano come venga privilegiata la crescita interna, soprattutto per quanto riguarda le posizioni intermedie. Nel 2007 il 68,8% delle posizioni manageriali aperte in azienda è stato ricoperto da candidati interni. Anche il dato di retention dei nuovi assunti è stato positivo pari al 98%.

Nell'anno in oggetto si è tenuta la **TNT Engagement Survey**, l'analisi del clima rivolta a tutti i dipendenti che ha registrato un livello di soddisfazione pari al 77% e un livello di engagement del 67. Questa ha consentito di identificare le aree critiche dell'organizzazione e attuare un piano di azione sulla base delle necessità emerse con un approccio bottom-up.

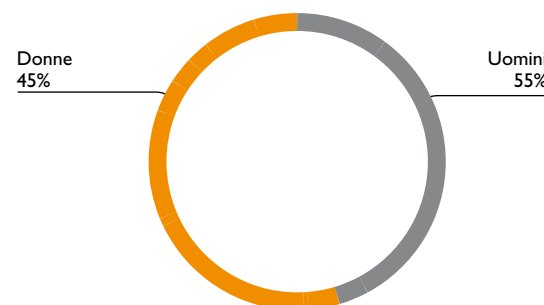
TNT Express Italy opera nel rispetto dei principi di pari opportunità offrendo in maniera equa possibilità di crescita. Nel complesso il rapporto uomini/donne è equilibrato: si evidenzia ancora un sostanziale divario a livello di posizioni manageriali dettato principalmente dalla tipologia del settore e da situazioni di carattere fisiologico.

Il sistema di gestione delle persone è volto a garantire uguali opportunità a tutti i dipendenti in termini di sviluppo, formazione e riconoscimento economico.

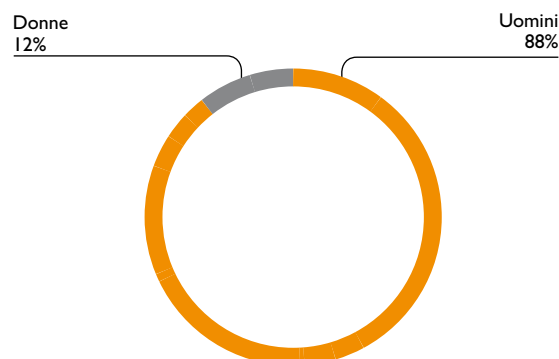
Passaggi di livello

	2007	2006	2005
Dirigenti	4	4	5
Livello IS	16	18	19
Livello 1	34	39	42
Livello 2	58	60	70
Livello 3S	161	104	-
Livello 3	87	43	46
Totale	360	268	182

Pari opportunità



Posizioni manageriali



Formazione

L'attività di formazione di TNT Express Italy è finalizzata a incrementare le competenze professionali di ciascun dipendente attraverso l'utilizzo di strumenti e metodi diversi. L'obiettivo è avere persone preparate e in grado di affrontare nuove responsabilità, sviluppare competenze manageriali coerenti con la strategia di change management dell'azienda, conservare e trasferire il patrimonio di conoscenze specifiche.

Il ruolo della formazione è determinante per garantire un maggior aggiornamento delle risorse sui processi aziendali, soprattutto nelle aree core dell'organizzazione. Coloro che operano in TNT Express Italy presentano professionalità diverse, molte delle quali con competenze specialistiche che necessitano di corsi ad hoc. Altrettanto importanti sono i corsi manageriali, volti al continuo potenziamento della leadership, gestione delle risorse, azione strategica e analisi del business.

Nel 2007 l'azienda ha erogato 64.359 ore di formazione suddivise per tipologia di attività formativa e per categoria di utenti. La formazione linguistica è ritenuta fondamentale in un'azienda che opera in un contesto internazionale, e i riscontri sono stati positivi in termini di partecipanti e di miglioramenti significativi legati alla conoscenza della lingua inglese, adottata dalla Casa Madre per la comunicazione a livello di confronto sul piano internazionale.

TNT Express Italy si avvale di metodologie sperimentate ed efficaci quali: lezioni frontali e partecipative per apprendere e integrare in maniera più completa i contenuti professionali; testimonianze aziendali per entrare in contatto diretto con l'esperienza di specialisti TNT; esercitazioni e simulazioni; tutorship per aiutare a consolidare sul campo quanto appreso nel corso. Nella logica di un processo in continuo miglioramento, viene utilizzato un sistema di valutazione dei processi formativi, differenziato sulla base della tipologia dei corsi erogati e su criteri quali: la reazione e la soddisfazione dei partecipanti, gli apprendimenti concretizzati in aula, l'applicazione sul piano pratico e l'impatto sui parametri di business aziendali dei processi formativi.

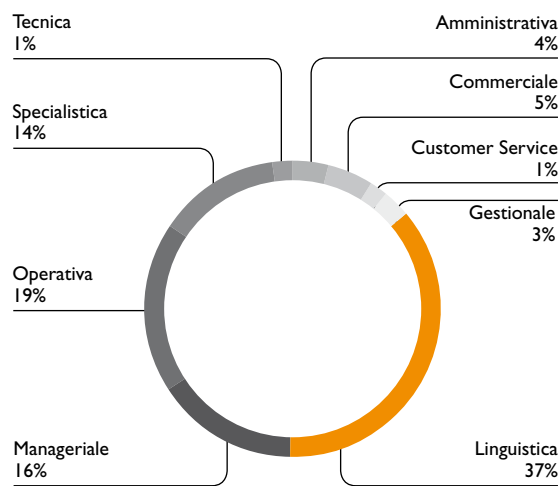
L'anno in oggetto è stato particolarmente focalizzato su progetti specifici:

- corsi Voice of the Customer (orientamento al cliente), importanti per garantire un approccio corretto e uniforme nei confronti dei clienti
- corsi dedicati al supporto degli operatori di call centre in occasione del progetto di re-engineering dei Customer Service

- Sales Academy, avente l'obiettivo di rispondere alle esigenze emerse in ambito commerciale; essa è strutturata a migliorare le conoscenze e competenze di tutte le persone di TNT che operano nel mondo delle vendite e prevede una formazione differenziata a seconda dei ruoli e delle responsabilità.

Per presentare l'offerta completa a tutti i dipendenti il catalogo dei corsi è pubblicato on-line sul sito intranet, dove è possibile prendere visione della proposta formativa e iscriversi. I corsi a catalogo sono suddivisi in tre macro aree: Corsi di Induction, Formazione Specialistica e Corsi Manageriali. La maggior parte di essi viene erogata in aula avvalendosi di formatori interni e, quando necessario, di consulenti esterni.

Tipologia di formazione erogata (2007)



Comunicazione Interna

Nel 2007 l'azienda ha utilizzato in maniera significativa i propri strumenti di comunicazione on-line e off-line con l'obiettivo di far conoscere i processi e le strategie, garantire un flusso di informazioni puntuale ed efficace e coinvolgere i dipendenti attraverso iniziative ed eventi di varia natura.

Tra gli strumenti on-line, intranet si è confermato il veicolo più dinamico per la diffusione regolare e tempestiva di notizie di interesse a livello aziendale. Nello specifico, si è scelto di operare una revisione generale dei contenuti del sito, al fine di farne un punto di riferimento per l'integrazione delle conoscenze e delle competenze di quanti lavorano in azienda: contestualmente alla progressiva implementazione della sezione inerente la Responsabilità Sociale d'Impresa, è stata inserita una sotto-sezione dedicata al progetto ambientale globale Planet me, che alla voce "Noi e l'Ambiente" offre una vetrina sulle storie dei dipendenti particolarmente attivi e sensibili sotto questo aspetto. A livello corporate, sono inoltre accessibili i siti di Gruppo in lingua inglese.

In tema di newsletter on-line, accanto al TNT Focus, incentrato sulle notizie provenienti dal mondo TNT, e al Competitor Bulletin, focalizzato su performance di business, aggiornamenti e curiosità relative alla concorrenza, nel 2007 ha visto la luce una nuova pubblicazione in formato elettronico: la Sales Breaking News. Di facile lettura, vivace e immediata, questa newsletter segnala ai dipendenti le opportunità di business offerte dal portafoglio prodotti di TNT attraverso esempi concreti di successo ed è anch'essa scaricabile dal sito intranet.

Il TNTeam, l'house organ pubblicato trimestralmente, si è arricchito con l'inserimento del TNTQuiz, volto a coinvolgere maggiormente i dipendenti testando e premiando le loro conoscenze sull'azienda, mentre le newsletter a carattere tematico hanno contribuito a dare enfasi e visibilità a particolari temi e progetti aziendali. Completa il panel di strumenti utilizzati per divulgare informazioni di tipo istituzionale il Bilancio di Sostenibilità.

Iniziative per i dipendenti

Outstanding Performance Award: il concorso interno incentrato sul riconoscimento delle performance eccellenti ha nuovamente messo in risalto progetti e azioni meritevoli sotto il profilo del business, della qualità a 360°, della salvaguardia ambientale o dell'impegno sociale.

Totem delle Idee: nel 2007 i dipendenti sono stati

invitati a "imbucare" le loro idee in appositi totem presenti in ogni sede di lavoro, al fine di fornire consigli e spunti di miglioramento su temi di volta in volta diversi. Una giuria composta dal top management ha selezionato, valutato e premiato i contributi.

Anzianità aziendale: nel 2007 TNT Express Italy ha riconfermato il riconoscimento e l'attestato di fiducia alle persone che hanno raggiunto rispettivamente i 10, 15, 20, 25, 30 e 35 anni di anzianità aziendale.

Colour the World: nel momento in cui TNT e il World Food Programme hanno celebrato i cinque anni di collaborazione, la quarta edizione del concorso internazionale di disegno per bambini di età inferiore ai 14 anni si è ispirata al tema "Un pasto per festeggiare". I 4 vincitori nazionali (uno per fascia di età) sono stati ammessi di diritto alla gara internazionale. Nel 2007 due bambine italiane, figlie di dipendenti di TNT Express Italy, sono state premiate per l'originalità dei loro disegni.

Lunch Session: periodicamente i dipendenti hanno avuto la possibilità di incontrare l'Amministratore Delegato per dialogare su tematiche di carattere aziendale e sottoporre direttamente le richieste di approfondimento.

Convention: nel 2007 si sono tenute a Torino la Convention dedicata alla Forza Vendite e a Milano quella operativa. Entrambe hanno contribuito a creare un momento di dialogo aperto focalizzato sul trasferimento della strategia e dei messaggi aziendali. Al fine di sponsorizzare momenti di svago e incontro fuori dal lavoro, dal 2007 è stato inoltre destinato un contributo ad ogni area funzionale.

Remunerazione e incentivazione

Il sistema retributivo dei dipendenti di TNT Express Italy è conforme a quanto previsto dal Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (Logistica, Trasporto, Merci e Spedizione).

La gestione e la pianificazione dei livelli retributivi e degli incentivi, erogati sia sotto forma monetaria sia sotto forma di trattamenti integrativi è coerente con le strategie e gli obiettivi aziendali.

La tabella sottostante indica i dati medi di retribuzione media lorda.

RAL* media per inquadramento e per sesso (euro)

Qualifica	2007		2006		2005	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini
Dirigenti	89.106	85.290	94.720	91.061	90.888	88.296
Quadri	41.852	45.451	42.050	46.282	42.843	45.794
Impiegati	24.115	26.975	20.616	26.398	20.386	25.750
Operai	–	22.894	–	19.250	–	18.054

* Il calcolo si basa sulla RAL di dicembre moltiplicata per 14 mensilità.

L'attuale sistema retributivo riflette la diversa relazione tra competenze e performance, integrando:

Premio di risultato: erogazione monetaria variabile determinata dai risultati economici dell'azienda e, in particolare, da alcuni parametri definiti nell'accordo del 27 ottobre 2006 quali Economic Profit, CLM (indicatore che misura la soddisfazione dei clienti) e Assenteismo. In occasione del rinnovo contrattuale sono stati soggetti a variazione sia il sistema di calcolo, che determina l'importo solo su base variabile, sia la modalità di distribuzione, che ha definito un'ulteriore diversificazione sulla base dei livelli contrattuali.

L'importo erogato relativo al 2007 è risultato in linea con lo scorso anno.

Retribuzione variabile: dedicata prevalentemente ai manager e ad alcune figure strettamente legate al business, è correlata al raggiungimento delle performance; nel 2007 è stata ulteriormente rivista e allineata maggiormente agli obiettivi.

Fondo Impiegati FASC (Fondo Agenti Spedizionieri e Corrieri) e **Piano Pensionistico:** il personale in forza è iscritto al fondo e i contributi ad esso destinati sono equamente ripartiti a carico del lavoratore (2,5%) e a carico dell'azienda (2,5%) secondo i termini stabiliti dallo statuto. L'accantonamento al fondo viene corrisposto nel caso in cui il dipendente non presti più servizio in un'azienda regolata dal Contratto Collettivo

Nazionale Autotrasporto, Spedizione, Merci e Logistica o passi alla qualifica di dirigente. In seguito alla riforma previdenziale è in essere a partire dal 2007 il PRE.VI.LOG, il fondo pensione complementare di categoria nato da un accordo tra le associazioni dei datori di lavoro, le organizzazioni sindacali e il FASC, il fondo contrattuale di categoria a fini previdenziali. L'adesione al PRE.VI.LOG è libera e volontaria e l'entità della prestazione pensionistica è determinata in funzione dei contributi versati e dei rendimenti conseguiti nella gestione del patrimonio, affidata ai soggetti abilitati.

Polizza Sanitaria: nel 2007 è stata costituita una polizza a favore di tutti i dipendenti, estendibile in maniera volontaria anche ai familiari.

Premio di risultato 2007 (euro)

Livello contrattuale	Importo
Livelli 1S-1	559-584
Livello 2	496-518
Livelli 3S-3	442-462
Livelli 4-5-6	407-425

Relazioni industriali e sindacali

La percentuale dei dipendenti iscritti al sindacato è in linea con gli anni precedenti e con le aziende appartenenti al settore di riferimento. Nel corso dell'esercizio si sono concluse le trattative per il rinnovo della parte economica del Contratto Collettivo Nazionale di categoria (Logistica, Trasporto Merci e Spedizioni) relativa al biennio scaduto il 31 dicembre 2005. È stato inoltre rinnovato il Contratto Collettivo Nazionale Dirigenti sia per la parte economica sia per quella normativa.

Con il rinnovo, inoltre, dell'Accordo Integrativo Aziendale, sottoscritto in data 27 ottobre 2006, sono entrate in vigore nel 2007 alcune principali novità:

- introduzione della Polizza Sanitaria a favore di tutti i dipendenti
- modifica delle modalità di distribuzione del premio di risultato e introduzione dei parametri legati alla qualità e all'assenteismo. Nell'anno in oggetto la distribuzione del premio è entrata a regime secondo i criteri dettati dall'accordo ed è avvenuta in maniera maggiormente coerente.

L'anno si è distinto anche per un serie di accordi specifici:

- accordo integrativo per l'utilizzo degli impianti di videosorveglianza: l'accordo, sottoscritto da azienda e OO.SS. nel 2003, si è arricchito di nuove previsioni legate alle necessità sorte con l'implementazione del progetto Microzone
- accordo per la regolamentazione del monte ore e dell'utilizzo dei permessi sindacali: in deroga alle regole dettate dallo Statuto dei Lavoratori e dal CCNL, sono state convenute con le OO.SS. nuove modalità per la fruizione dei permessi sindacali
- accordo sul trasferimento delle Filiali di Milano CAMM, Fantoli e Bovisa a Peschiera Borromeo presso la nuova struttura dell'Hub e della Filiale di "Milano Mega" e contestuale ridefinizione del pagamento delle cosiddette "indennità di disagio" erogate al personale dipendente dell'area milanese
- accordo relativo al "Customer Service re-engineering": a giugno 2007 è stato sottoscritto un accordo nel quale sono stati condivisi con le OO.SS. alcuni aspetti connessi alla nuova organizzazione delle attività nei Customer Service. Ad esempio, la necessità di avere un incremento del numero di lavoratori dedicati alla back-line ha fatto sì che si definissero i criteri per il passaggio di dipendenti da contratto part-time a full-time, per nuove assunzioni e per l'allungamento del nastro lavorativo part-time da 4 a 5 ore.

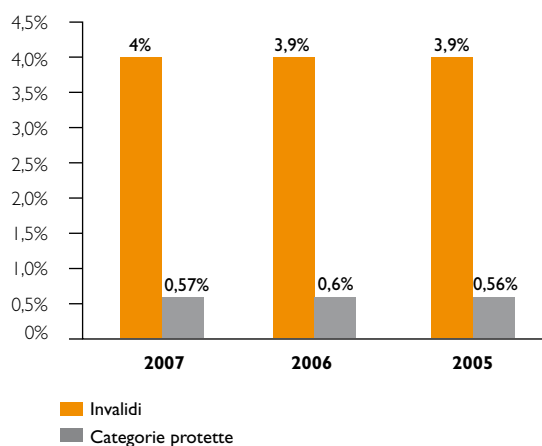
Relazioni sindacali

	2007	2006	2005
Dipendenti iscritti	852	836	841
Ore di sciopero annue	431	23	941
Ore di permesso sindacale	8.264	7.442	7.293

È stato rispettato il piano di convenzioni definito l'anno precedente per l'adeguamento delle assunzioni dei diversamente abili e sono state effettuate nuove convenzioni con le Province per agevolare l'inserimento di lavoratori disabili in azienda e ottemperare così alle previsioni della Legge 68/1999.

Al 31 dicembre 2007 sono 145 le persone che appartengono a tale categoria.

Diversamente abili (% su totale teste)



Health & Safety (Salute e Sicurezza sul Lavoro)

Nel 2007 il Sistema di Gestione Ambiente, Salute e Prevenzione è stato oggetto di revisione sulla base dell'entrata in vigore della Legge 123/07 che ha apportato cambiamenti sostanziali sul tema della Sicurezza sul Lavoro, in particolar modo per quanto riguarda la gestione degli appalti.

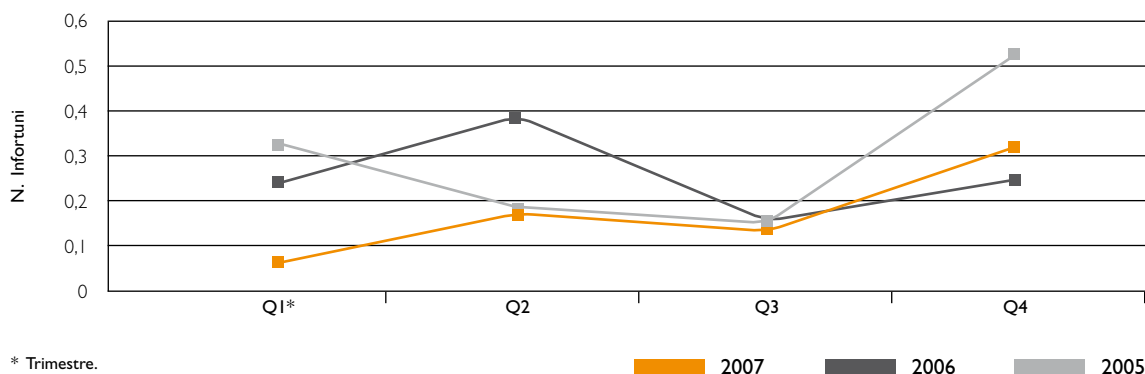
In linea con gli obiettivi aziendali TNT Express Italy ha confermato la sua leadership mantenendo le Certificazioni OHSAS 18001 e ISO 14001 su tutti i siti.

Infortuni

Nell'anno in oggetto il numero degli infortuni sul lavoro ha registrato un notevole miglioramento a testimonianza che le azioni intraprese negli ultimi anni hanno portato a benefici tangibili. Non sono da segnalare, inoltre, casi di particolare gravità o rilevanza. Gli indici riportati qui di seguito sono calcolati sul rapporto fra il numero totale di infortuni e il totale dei dipendenti, generando così l'impatto percentuale sul personale di TNT Express Italy. Nel 2007 sono stati 33 gli infortuni complessivi.

Relativamente al numero di ore di assenza si evince una diminuzione rispetto all'anno precedente.

Indice di infortuni sul lavoro (su ogni 100 dipendenti)



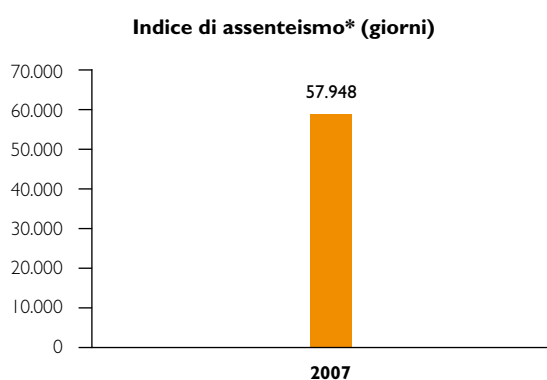
Indice di infortuni sul lavoro*

		Q1	Q2	Q3	Q4	Totale
2007	n° dipendenti	3.119	3.125	3.122	3.174**	
	% LTA*	0,06	0,16	0,13	0,31	0,66
2006	n° dipendenti	3.090	3.093	3.104	3.110	
	% LTA	0,23	0,39	0,15	0,25	1,02
2005	n° dipendenti	3.091	3.070	3.064	3.066	
	% LTA	0,32	0,17	0,16	0,52	1,17

* Lost Time Accident (% di infortuni sul lavoro).

** Il dato riportato è una media del trimestre 2007.

	Assenze		
	2007	2006	2005
Ferie	650.294	689.167	736.877
Malattia	163.190	169.707	184.791
Permessi non retribuiti	34.561	30.632	30.744
Permessi retribuiti	51.483	37.656	37.434
Permessi indennizzati	12.803	9.915	7.758
Infortuni	7.528	7.623	8.181
Maternità	144.950	140.135	158.246
Totale	1.064.810	1.084.835	1.164.031



* Nel calcolo sono inclusi i giorni di malattia (esclusa solo la maternità tra le tipologie di assenze della tabella precedente).

Sorveglianza sanitaria

Nel 2007, oltre alle visite mediche dedicate ai neoassunti, è stato nuovamente completato il piano preventivo di sorveglianza sanitaria che ha coinvolto 782 dipendenti. In seguito a tali visite, gestite da un medico esterno, tutte le persone sono risultate idonee a svolgere la propria attività lavorativa e solo in qualche caso si è ritenuto necessario attuare azioni correttive.

	Sorveglianza sanitaria	
	2007	2006
Videoterminalisti	457	857
Magazzinieri	246	244
Operatori notturni	79	68
Totale	782	1.169

Identificazione dei rischi

Sulla base del rischio stress, nel 2007 sono state pianificate visite audiometriche di Sorveglianza Sanitaria per gli operatori di Call Centre impegnati nei Customer Service; i controlli saranno eseguiti a partire dal 2008.

Formazione Health & Safety

Nel 2007 sono stati erogati i seguenti corsi:

Train the Trainer

Il corso è stato erogato a tutti i responsabili, supervisor e coordinatori di Filiale e Hub.

Nel 2007 sono stati formati 69 dipendenti.

RLS

Relativamente agli RLS (Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza) sono state formate 13 persone.

Inoltre nel 2007 è stato implementato un corso di aggiornamento annuale di 1 ora, questo al fine di provvedere ad una formazione continua degli RLS, evidenziando eventuali novità o comunque riprendendo le procedure e le normative in vigore.

In questo corso sono state formate 6 persone nel 2007.

Addetti Emergenza e Primo Soccorso

Nel 2007 sono state formate 292 persone facenti parte delle Squadre di Addetti Emergenza e Primo Soccorso nei vari insediamenti aziendali.

Sistema di Auditing

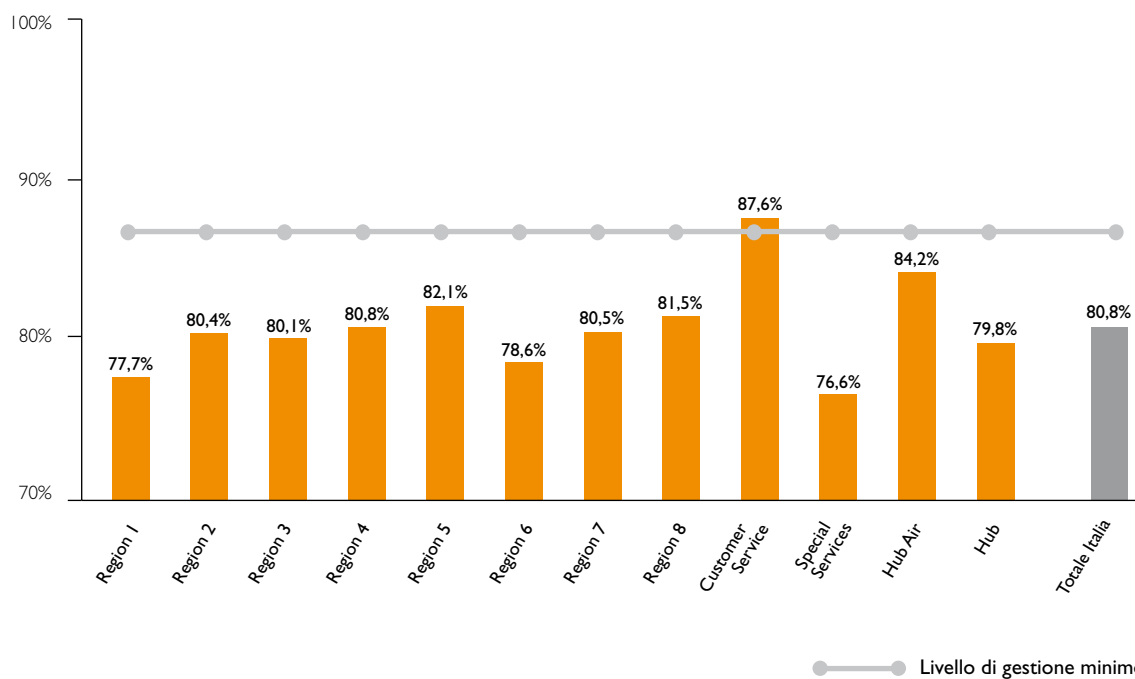
Nel 2007 è stato rivisto sostanzialmente il sistema di auditing del Servizio Health & Safety e Environment eseguito presso tutti gli insediamenti di TNT Express Italy.

Si è passati da un sistema di tipo ispettivo/prescrittivo ad un sistema proattivo, in quanto, oltre alla semplice individuazione di non conformità legate al non rispetto delle procedure o a carenze impiantistiche ed infrastrutturali, si è proceduto all'individuazione della conoscenza del Sistema Integrato Sicurezza e Ambiente da parte dei responsabili, dei lavoratori e dei fornitori esterni. Tutto ciò per creare una maggiore consapevolezza anche su tali aspetti.

Il processo quindi integra una parte formativa, informativa e di coinvolgimento, andando ad individuare così un livello di gestione del sistema in tutti gli insediamenti. Questo ha permesso inoltre di comprendere come i Responsabili di Filiale trasmettano e coinvolgano i loro collaboratori e fornitori sul tema. Di seguito si riporta il grafico relativo alle ispezioni del 2007.

Per il 2008 si prevede di assegnare ad ogni Responsabile di Filiale e di Hub un target fissato a 83,1% che è ritenuto l'obiettivo minimo e indispensabile per il mantenimento costante del Sistema di Salute, Prevenzione e Ambiente in azienda.

Livello Gestione Health & Safety suddiviso per Region (2007)



Capitolo 5 – Clienti

Ogni qualvolta un cliente si interfaccia con un'azienda vive un'esperienza buona, cattiva o che lo lascia indifferente. Creare esperienze positive è centrale per un'organizzazione come TNT, che aspira a differenziarsi sul mercato. Nell'ottica di instaurare partnership durature con i propri clienti, TNT si impegna a conoscerli e a comprenderli nel miglior modo possibile e, soprattutto, a capire le loro esigenze e le loro preferenze.

La Divisione Express identifica i bisogni e i livelli di soddisfazione tramite un processo di ascolto basato su contatti regolari e strumenti mirati: l'analisi dei riscontri consente di intraprendere iniziative e azioni dedicate. Due riconoscimenti confermano la bontà di tale approccio: l'European Business Award nella categoria "Customer Focus", riservato alle aziende che "meglio dimostrano di mettere il cliente al centro del proprio business", e il Bosch Supplier Award nella categoria "Logistic Service Provider", focalizzato in particolare sulla capacità di comunicazione e condivisione dei problemi e sull'orientamento al miglioramento continuo.

Una delle crescenti preoccupazioni dei clienti riguarda l'impatto ambientale delle attività di trasporto espresso: sono aumentate le richieste di conoscere le emissioni di CO₂ generate dalle spedizioni e dal flusso di traffico annuale. TNT sta sviluppando l'iniziativa Count Carbon (si veda la sezione Ambiente), parte integrante del programma Planet me, per fornire informazioni trasparenti ed esaustive in merito.

Poiché offrire un servizio di qualità è un fattore distintivo che contribuisce a rafforzare la fidelizzazione e a consolidare la proficua interazione in ogni parte del mondo, nel 2007 TNT Express ha scelto di uniformare la propria offerta commerciale introducendo un'unica gamma di servizi comune a tutte le Business Unit.

Contestualmente alla diffusione del nuovo portafoglio prodotti globale, TNT Express Italy ha effettuato importanti investimenti tecnologici e formativi, ponendo inoltre le premesse per il re-engineering completo del proprio Customer Service, previsto per il 2008.

Un portafoglio prodotti globale

Il 12 settembre 2007 TNT Express ha presentato in anteprima mondiale a Milano un nuovo portafoglio prodotti incentrato sulle consegne time-definite nelle fasce orarie del mattino. L'obiettivo del processo denominato "Product Harmonisation" è soddisfare i bisogni dei clienti proponendo la medesima gamma di servizi in tutto il mondo. In questo modo, si vuole venire incontro al bisogno di semplicità e univocità emersi da un'indagine - la più ampia di sempre nel settore - con cui TNT ha coinvolto 7.500 utilizzatori di servizi espressi nei mercati chiave del mondo, fra i quali l'Italia. I risultati hanno dimostrato che, oltre a requisiti quali velocità e presenza globale, dal proprio fornitore ci si aspetta anche affidabilità, controllo e convenienza. La nuova gamma TNT, ispirata ad una maggiore chiarezza e omogeneità tra servizi domestici e internazionali, vuole rispondere a queste richieste. Operativo a partire dal 17 settembre negli oltre 200 Paesi serviti dal Gruppo, il portafoglio introduce due nuovi prodotti time-definite, 10:00 Express e 12:00 Economy Express, accanto ai consolidati 9:00 Express e 12:00 Express. Il servizio "10:00 Express" è lo storico Traco 10, attivo in Italia da 11 anni e ora esteso su scala globale; il servizio "12:00 Economy Express" è invece il primo nel settore ad offrire ai clienti sia un prezzo competitivo sia la consegna ad un orario garantito. Disegnata sull'integrazione totale tra network aereo e terrestre, la "Product Harmonisation" implementa inoltre la copertura territoriale per le consegne entro le ore 9:00, 10:00 e 12:00.

La transizione dal vecchio al nuovo portafoglio è stata complessa: tutti i clienti sono stati coinvolti, tutte le attività operative di TNT hanno subito variazioni più o meno radicali e tutte le destinazioni dei servizi sono state riviste. Per agevolare i canali di vendita sono state effettuate scelte strategiche sotto il profilo dell'informazione ai clienti, in particolare con il lancio della campagna pubblicitaria internazionale "Il mattino si muove con noi", che ha utilizzato carta stampata e affissioni, web, marketing virale e diretto e comunicazione interna.

Cosa vogliono i clienti?

Le indagini condotte da TNT a monte della Product Harmonisation hanno offerto una visione imparziale e obiettiva, oltre che globale, di ciò che i clienti realmente desiderano per affidarsi totalmente e senza riserve al proprio partner. Fra la moltitudine di esigenze manifestate, ecco i principali fattori emersi.

Fattore	%	Caratteristiche
Controllo	64	<ul style="list-style-type: none">• Sapere dove si trova la propria spedizione• Avere a disposizione informazioni• Non avere preoccupazioni
Affidabilità	62	<ul style="list-style-type: none">• Mantenere le promesse – consegnare puntualmente• Spedizioni in perfette condizioni• Nessun errore
Convenienza	44	<ul style="list-style-type: none">• Semplicità• Unico fornitore (one stop supplier)
Portafoglio servizi	41	<ul style="list-style-type: none">• Ottima comprensione del business del cliente• Buoni rapporti / fidelizzazione• Prezzi premium• Flessibilità
Prestigio/Immagine	28	<ul style="list-style-type: none">• Reputazione

I nuovi prodotti di TNT

INTERNAZIONALI	
PRODOTTI PREESISTENTI	NUOVI PRODOTTI
9:00 EXPRESS	9:00 <small>EXPRESS</small>
-	10:00 <small>EXPRESS</small>
12:00 EXPRESS	12:00 <small>EXPRESS</small>
GLOBAL EXPRESS	express
-	12:00 <small>EXPRESS</small>
ECONOMY EXPRESS	economy <small>EXPRESS</small>

NAZIONALI	
PRODOTTI PREESISTENTI	NUOVI PRODOTTI
-	-
TRACO 10	10:00 <small>EXPRESS</small>
-	12:00 <small>EXPRESS</small>
ESPRESSO	express
AIR PLUS	express
ESPRESSO SCS	economy <small>EXPRESS</small>

TNT Express Italy nel contesto di riferimento

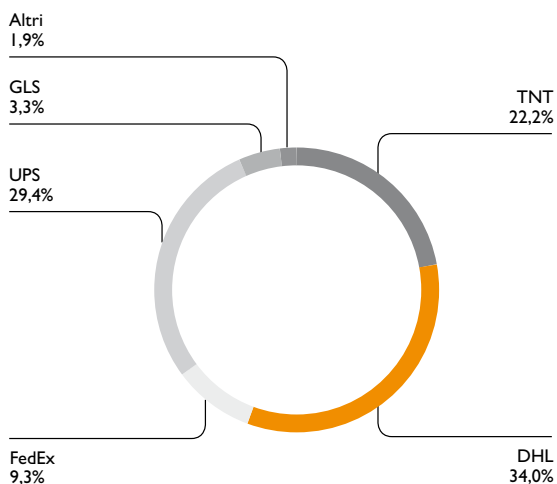
L'azienda ha confermato la propria posizione di leadership nel mercato domestico, raggiungendo una quota pari al 29,3% (+3,9% rispetto al 2005). Allo stesso tempo, è aumentata la copertura sul fronte internazionale, con un +6,2% rispetto all'anno precedente.

Quote di mercato¹

Nazionale



Internazionale



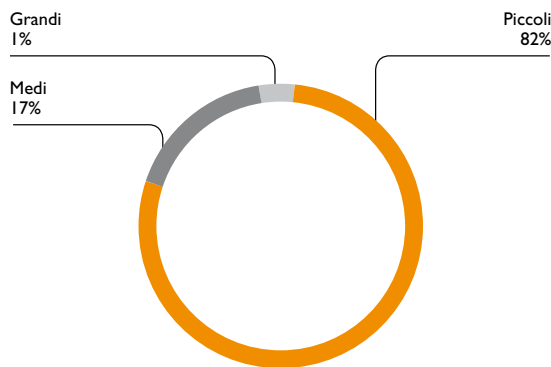
Le relazioni con i clienti

Nel 2007 TNT Express Italy ha perseguito l'approccio divisionale orientato alla piena soddisfazione del cliente tramite investimenti in ogni ambito sensibile, dall'innovazione tecnologica al portafoglio prodotti, nell'ottica di acquisire e mantenere un portafoglio profittevole, offrire un'assistenza eccellente, consegnare puntualmente ed in perfette condizioni.

È stato mantenuto il focus sui clienti di medie e piccole dimensioni, senza per questo dimenticare le grandi aziende, attraverso la strutturazione di un rapporto capace di andare al di là dell'attività core di trasporto espresso. Elementi distintivi la personalizzazione dei servizi e la capacità di fornire un'assistenza puntuale, favorendo ad esempio la nascita di piattaforme informatiche integrate in grado di snellire i processi di back-office legati alla gestione delle spedizioni. Nel 2007 il numero dei clienti è risultato in crescita in tutti i segmenti; la loro ripartizione per dimensione ha registrato una maggiore intensità per i segmenti medio-piccoli.

La distribuzione per area geografica ha presentato un incremento in tutte le aree; in termini di incidenza, si è evidenziato un delta maggiore nel centro-sud Italia.

Ripartizione clienti per segmentazione²



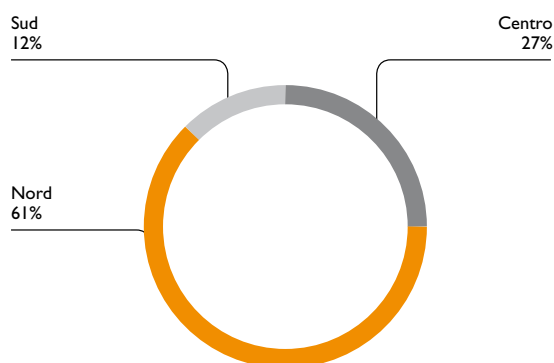
¹ Si tratta di elaborazioni interne aziendali. I dati sono riferiti al 2006 in quanto non sono ancora disponibili le nuove quote di mercato ufficiali. L'incremento 2006 vs 2005 non è confrontabile poiché è stata modificata la metodologia di calcolo.

² Grandi: si intendono i codici dei clienti che nel 2007 hanno affidato a TNT Express Italy spedizioni domestiche e che hanno generato un fatturato superiore a 200.000 euro o spedizioni internazionali che hanno generato un fatturato superiore a 54.000 euro.

Medi: si intendono i codici clienti che hanno affidato a TNT Express Italy nel 2007 spedizioni domestiche e che hanno generato un fatturato compreso fra 2.000 e 200.000 euro o spedizioni internazionali che hanno generato un fatturato compreso fra 2.000 e 54.000 euro.

Piccoli: si intendono i codici clienti che hanno affidato a TNT Express Italy nel 2007 spedizioni domestiche o internazionali che hanno generato un fatturato inferiore a 2.000 euro.

Ripartizione clienti per area geografica



Il re-engineering dei processi e il customer care

Nel 2007 TNT ha avviato una revisione profonda di tutti i processi in una prospettiva di uniformità fra i vari Paesi. L'obiettivo è raggiungere standard di efficienza che consentano di ottenere miglioramenti durevoli a livello di operatività e qualità, questo anche nell'ottica di gestire i clienti con l'ausilio di sistemi e processi che ne assicurino l'integrità e la correttezza.

In Italia si è iniziato a parlare di re-engineering con due importanti progetti sul versante operativo, **Imaging** e **Microzone**: entrambi hanno modificato le modalità di deposito e di erogazione del servizio al cliente aumentando la velocità, la qualità e la standardizzazione delle attività di Filiale, con conseguenti impatti positivi sul network. Nel caso di **Imaging**, con la scansione e trasmissione a destino dei DDT³ per via informatica, è stato eliminato il lavoro di smistamento di documentazione in partenza e in arrivo e si è giunti ad anticipare la partenza dei mezzi che collegano il network road. La tecnologia utilizzata da **Microzone**, a sua volta, consente di accelerare i tempi, attribuendo la zona di distribuzione finale delle spedizioni durante le operazioni di data entry in partenza.

Sul fronte dell'assistenza fornita ai clienti, TNT Express Italy si avvale di un sistema di comunicazione e di scambio con i clienti articolato ed efficace nelle transazioni pre e post-ritiro. In quest'ottica ha posto le basi per il re-engineering del proprio Customer Service, suddiviso in 5 strutture dislocate sul territorio che impiegano operatori specializzati. Un'esigenza emersa nell'indagine CLM⁴ e dal feedback spontaneo dei clienti.

L'obiettivo è far sì che essi riescano a creare una relazione stabile e continuativa con un unico gruppo di persone per tutte le transazioni a valore aggiunto, riconoscendo quindi il proprio team di riferimento all'interno del call centre.

La particolarità di questo progetto è l'introduzione del tool informatico **Vittoria** (speech self service), che consente di effettuare la prenotazione di un ritiro domestico in autonomia, senza l'intervento di alcun operatore. Nella fase iniziale di test svoltasi a novembre sono stati coinvolti 25.000 clienti, preventivamente informati per illustrare le modalità del pilot e chiedere la loro disponibilità a partecipare. In considerazione dei risultati conseguiti, il 18 febbraio 2008 è stato avviato il re-engineering del Customer Service domestico, con il potenziamento dell'assistenza post-ritiro contestualmente al progressivo trasferimento delle telefonate di prenotazione all'operatrice virtuale Vittoria.

I gruppi interfunzionali di re-engineering hanno definito numerosi altri progetti che saranno implementati nel corso del 2008. Fra questi il Customer Database, con la creazione di un nuovo sistema di anagrafica clienti. Si tratta di un ulteriore tassello per mettere l'azienda nella posizione di offrire un servizio pienamente rispondente alle reali necessità del cliente.

Customer care

Telefonate	2007	2006
N. risposte	8.496.186	7.919.143
% risposta entro 10 secondi	73%	76%
Tempo medio di risposta	12 secondi	9 secondi

³ Documento di Trasporto.

⁴ Customer Loyalty Measurement, letteralmente "Misurazione della Fedeltà del Cliente".

L'innovazione tecnologica

Anche nel 2007 TNT Express Italy ha innovato le proprie soluzioni tecnologiche nell'ottica di favorire l'interazione con i clienti, l'accesso condiviso alle informazioni e il totale controllo delle spedizioni. Il sito www.tnt.it ha registrato il record di navigazioni attive (con oltre il 30% di visite in più rispetto al 2006), dimostrandosi uno strumento flessibile e vicino alle esigenze del target di riferimento.

Interessanti i dati emersi dall'analisi effettuata da TNT nel 2007 sulla sua utenza internet: **myTNT.it**, il portale riservato a clienti convenzionati che consente il monitoraggio degli invii e della situazione contabile ed amministrativa da qualsiasi luogo, 24 ore su 24, è arrivato ad incrementare il numero di clienti attivi di oltre il 45 % rispetto al 2006. Ciò significa che almeno un cliente su cinque conosce ed utilizza in modo sistematico le proposte della piattaforma tecnologica di TNT Express Italy.

È risultato inoltre che la Lombardia è la regione più web-oriented: ad esempio, in un giorno tipo, su un totale di circa 900.000 operazioni on-line effettuate dai clienti, oltre un terzo viene svolto in Lombardia, seguono Centro, Nord Ovest e Nord Est. Il Sud rimane ancora distante, tuttavia i clienti di questa zona, insieme a quelli del Centro, utilizzano molto i servizi web di notte, nella fascia tra le 24:00 e le 03:00. Fra i servizi più richiesti la gestione delle spedizioni (con punte di 80.000 contatti), seguita dal tracking on-line, dalla prenotazione dei ritiri e dalla visualizzazione delle fatture e dei contrassegni.

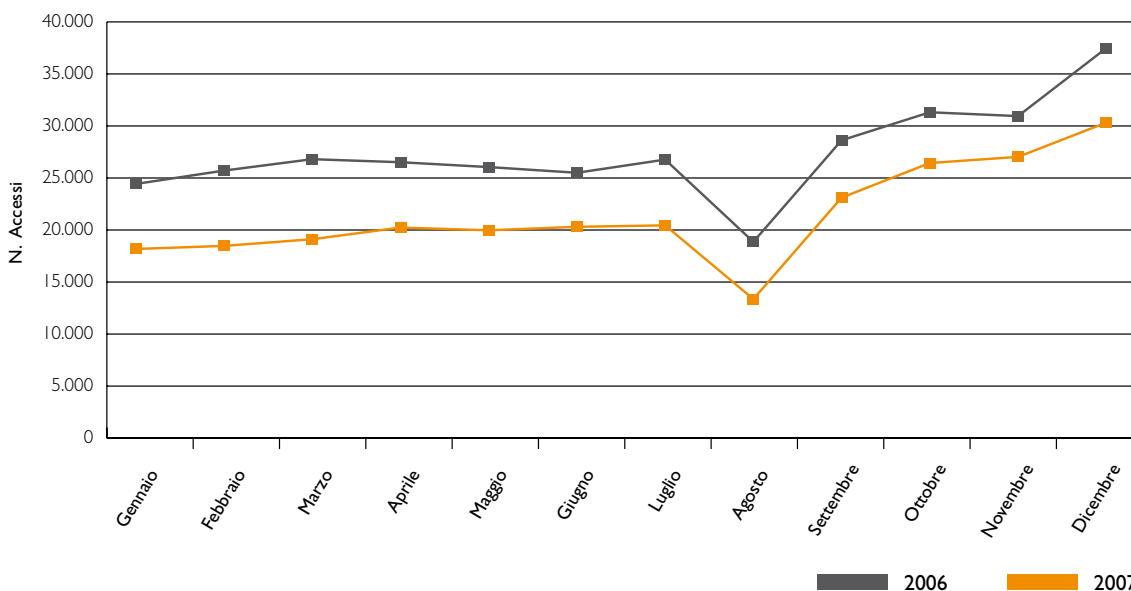
Sul fronte della tutela dei dati e delle informazioni, il sito è stato quasi completamente revisionato utilizzando le soluzioni XML (Extensible Markup Language) per il trasferimento dei dati e l'applicativo Java per la realizzazione delle pagine. Un server ad hoc posto nella rete aziendale e assolutamente non accessibile garantisce la gestione e la sicurezza delle informazioni (database), insieme ad una serie di server collocati nella rete dei provider che si occupano della presentazione dei dati.

Nel 2007 TNT ha lanciato la nuova versione di **ExpressShipper**, il programma innovativo che permette il controllo in tempo reale delle spedizioni nazionali e internazionali senza uscire dall'ambiente di lavoro.

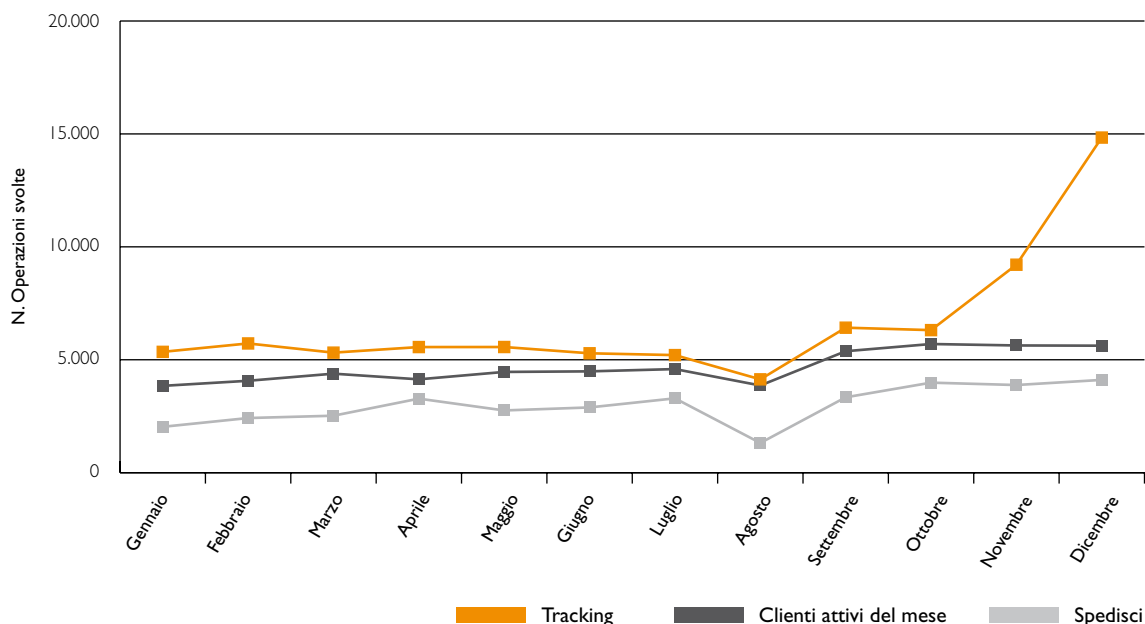
Scaricabile gratuitamente dal sito, veloce da installare e semplice da utilizzare il nuovo ExpressShipper è ideale per chi ha un traffico giornaliero compreso tra le 10 e le 50 spedizioni e si affianca ad una gamma di e-solutions che prevede, per volumi di traffico superiori, le soluzioni ExpressManager e EDI.

Il 2007 ha visto aumentare il numero di clienti che accedono ai tanti servizi ExpressConnect, la soluzione di TNT che mette a loro disposizione informazioni sempre aggiornate in tempo reale e attraverso internet. On-Time e On-Line è anche la soluzione che ha visto integrare il processo logistico di alcuni clienti sino ad arrivare a stampare direttamente nei loro magazzini il segnacollo di TNT, permettendo al cliente di estendere l'orario di ritiro delle sue spedizioni. L'efficienza e l'integrabilità dei sistemi di TNT sono i principali fattori vincenti della scelta del cliente web-oriented.

Accessi medi giornalieri al sito internet www.tnt.it



Statistica media giornaliera delle operazioni svolte su myTNT (2007)



Comunicare con i clienti

Nell'ottica della costante fidelizzazione dei clienti, in Italia TNT ha affidato ai media le promesse fatte al mercato con la campagna di prodotto "Il mattino si muove con noi", diffusa a partire da novembre su carta stampata, affissioni e siti internet. Come per la campagna pubblicitaria del 2006, l'obiettivo è rafforzare il brand e diffondere i messaggi che differenziano l'azienda all'interno del proprio settore, con un focus particolare sul più completo portafoglio di servizi espressi garantiti nella fascia oraria del mattino. La campagna si è aggiudicata il 1° premio alla 21° edizione del Grand Prix di Pubblicità Italia nella categoria Beni Industriali e Servizi alle Imprese.

Nel 2007 TNT Express Italy ha scelto di aprire un nuovo canale comunicativo con i propri clienti esterni pubblicando il magazine **Forward**. Innovativo per concezione e obiettivi, ha cadenza quadrimestrale ed è inoltre consultabile on-line sul sito istituzionale⁵. Forward mira ad essere un contenitore di idee, una finestra sul mondo da sfogliare alla ricerca di continenti lontani, stili di vita e prospettive diverse, e da cui osservare scenari in continua evoluzione, nei quali TNT è presente in qualità di corriere globale. Oltre ai testi, redatti da giornalisti e scrittori professionisti, in Forward rivestono grande importanza le fotografie, "articoli per immagini" integrati in modo armonico e in

continuità concettuale con il resto del magazine.

Parallelamente, si è rinnovata la scelta di condividere esperienze in occasioni particolari, come la redazione dell'house organ TNTTeam – la sezione "Case history" presenta una partnership consolidata, vista dalla prospettiva del cliente – o le Convention dedicate al mondo commerciale e operativo, dove la presenza di questo importante stakeholder è servita ad illustrare alla platea le dinamiche che possono fare la differenza in un rapporto di collaborazione e determinarne il successo.

Per testimoniare l'impegno di TNT Express Italy sul fronte della sostenibilità ambientale e della sicurezza sulle strade, nel corso del 2007 circa 300 clienti sono stati invitati a partecipare a corsi di guida sicura. Una giornata organizzata in collaborazione con il Centro ASC presso il circuito di Vairano di Vidigulfo, dove istruttori esperti hanno illustrato in teoria e in pratica i molteplici vantaggi, in termini di sicurezza e ottimizzazione dei consumi, di una guida prudente ed efficace.

Il monitoraggio della soddisfazione

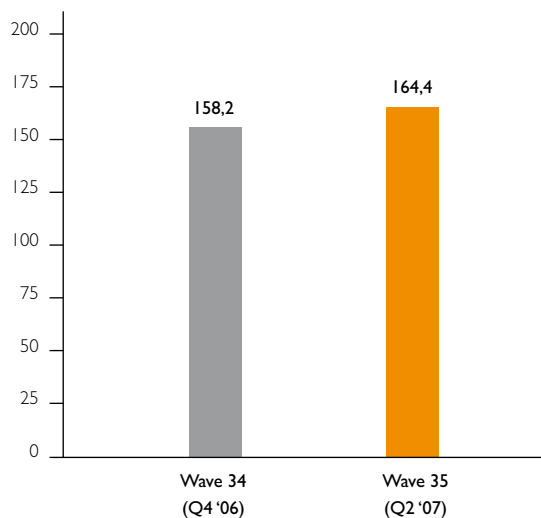
L'azienda utilizza con regolarità un importante strumento per misurare la soddisfazione dei clienti: il CLM (Customer Loyalty Measurement). Questa analisi di Customer Satisfaction e Loyalty (Fedeltà) viene effettuata con cadenza semestrale attraverso un questionario ad hoc inviato a clienti convenzionati, che per il loro rapporto contrattuale con TNT sono considerati in grado di fornire un giudizio attendibile e completo, poiché basato sulla loro esperienza diretta. Nell'ottica di far vivere al cliente la miglior customer experience, il CLM è dunque un'attività strategica e si pone i seguenti obiettivi:

- determinare il grado di Soddisfazione e di Fedeltà dei clienti
- misurare le performance di TNT confrontandole con le richieste e le aspettative
- identificare le aree per le quali i clienti manifestano particolare interesse e sensibilità
- identificare aspetti da migliorare
- mantenere elevato il livello di soddisfazione ed incrementarlo, attraverso opportune azioni.

Il questionario CLM, composto da 40 domande, ripercorre tutti i punti di contatto tra TNT e il cliente relativamente a molteplici ambiti: operativo, commerciale, amministrativo, assistenza, information technology e marketing. Per ognuno il cliente può esprimere il proprio livello di soddisfazione attraverso una scala valori composta da 5 gradi di giudizio. E' altresì possibile indicare quali tra questi aspetti rivestono maggiore importanza e/o criticità. A completamento dell'analisi, si richiede al cliente, attraverso ulteriori 12 domande, di fornire un giudizio comparativo tra TNT e altri operatori del settore espresso, al fine di garantire un benchmark con la concorrenza.

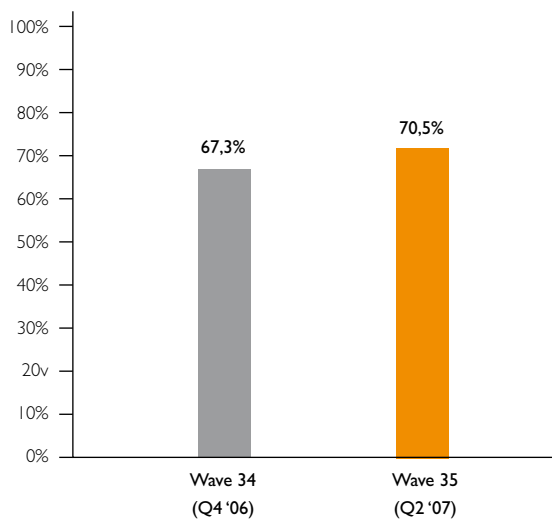
Nella wave⁶ 35 svoltasi fra i mesi di aprile e maggio 2007, i questionari sono stati inviati a circa 14.000 clienti. Ha risposto il 14,69% degli interpellati, i risultati sono stati particolarmente positivi: il punteggio (164,4) è il migliore mai ottenuto da TNT Express Italy dal 2001 ad oggi, con un notevole incremento (+6,2 punti) rispetto alla wave precedente (Q4 2006).

Soddisfazione complessiva dei clienti



In crescita anche la loyalty verso TNT, con un incremento rispetto alla wave precedente di 3,2 punti, che testimonia la percezione da parte del cliente del percorso di crescita compiuto dall'azienda in termini quantitativi.

Loyalty



⁶ Per wave si intende la fase dell'anno durante la quale vengono effettuate le indagini di CLM.

I clienti hanno apprezzato in particolar modo l'immagine di TNT, la cortesia e l'atteggiamento della Forza Vendita, l'adeguatezza dei servizi Express e/o time-definite e l'efficienza della procedura tramite Customer Service.

Campo d'indagine	% clienti soddisfatti		
	2007	2006	2005
La qualità globale dei servizi di distribuzione espressa di TNT	93,4	92,3	92,6
La facilità di entrare in contatto con le persone desiderate	80,9	76,8	75,5
La velocità con la quale il Customer Service risponde alle sue telefonate	87,4	82,7	83,0
La tempestività nella segnalazione di problemi di consegna	63,9	62,7	63,5
L'efficienza della procedura di prenotazione tramite Customer Service	94,1	92,0	94,3
La chiarezza delle fatture di TNT	87,1	85,8	84,8
La capacità del Customer Service di rispondere a tutte le sue domande	86,2	83,7	82,0
La capacità del personale Amministrativo di risolvere problemi di fatturazione	83,8	84,1	79,6
La cortesia e l'atteggiamento del personale Amministrativo	92,9	92,1	91,5
La comprensione delle sue esigenze di trasporto da parte della Forza Vendita	91,9	89,9	88,2
La competenza nel gestire le lamentele	72,5	72,5	67,7

La qualità del servizio

TNT Express Italy focalizza la propria strategia sul concetto di qualità a 360°, una filosofia che mira a migliorare il servizio e a garantire un sistema gestionale capace di sostenere l'evoluzione del business.

Di seguito sono riportati i Livelli di servizio, indicatori che misurano la consegna entro i termini previsti. Il 2007 ha registrato un peggioramento di tali indicatori rispetto agli scorsi anni a causa dello sciopero nazionale degli autotrasportatori che ha inciso negativamente sulle performance aziendali.

Livelli di servizio (con giustificato)*

	2007	2006	2005
Nazionale	94,3%	96,7%	97%
10:00 Express	89,6%	98,6%	98,7%
Internazionale	88,7%	91,1%	90,6%
Import	87,3%	90,1%	91,2%
Export	90,3%	90,1%	89,9%

* La voce giustificato include le spedizioni consegnate fuori target per esigenza del cliente (ad es. consegna su appuntamento).

Monitoraggio della qualità erogata

La tipologia dei disservizi lamentati sotto forma di telefonate da parte dei clienti è monitorata da un modello denominato I41. Le chiamate sono registrate con l'apertura a sistema da parte dell'operatore del Customer Service di pratiche dedicate, finalizzate all'offerta di una pronta soluzione al problema. I I41, che forniscono importanti informazioni sulla qualità del servizio percepito, vengono misurati sulla base della frequenza, ovvero tra il numero totale dei movimenti gestiti ed il numero dei reclami in un determinato periodo.

Monitoraggio della sicurezza delle merci

La tipologia dei danni segnalati in relazione alla frequenza con la quale avvengono può essere ripartita nelle seguenti macroaree: mancanza del collo, danneggiamento, furto o rapina, manomissione.

Sul fronte della prevenzione, le azioni di TNT Express Italy hanno riguardato:

- conferma dei sistemi richiesti dallo standard TAPA per aumentare la sicurezza passiva degli impianti, con installazione di telecamere e antifurti di ultima generazione
- packaging ad hoc contro i danneggiamenti per le spedizioni ad alto valore
- informazione continua ai subcontractor relativamente alle procedure da adottare per la sicurezza dei colli a bordo del mezzo, con istruzioni sulle modalità di carico all'interno del furgone e sui comportamenti consigliabili per evitare il rischio di furti durante le operazioni di consegna.

I dati seguenti riportano la tipologia dei danni segnalati e pagati.

Tipologia dei danni segnalati

	2007		2006		2005	
	Domestico	Int.le	Domestico	Int.le	Domestico	Int.le
Per eventi di sicurezza	41.111	1.906	41.688	1.737	30.323	1.346
Per eventi non di sicurezza	2.999	–	1.798	–	3.407	–

Tipologia dei danni pagati

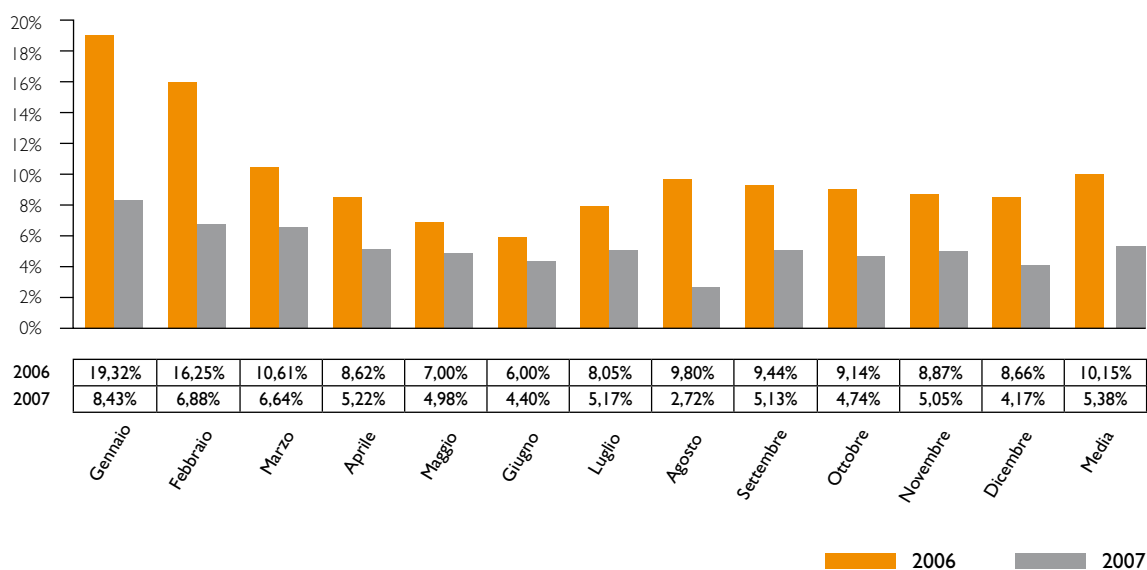
	2007		2006		2005	
	Domestico	Int.le	Domestico	Int.le	Domestico	Int.le
Per eventi di sicurezza	27.871	1.179	26.666	1.088	18.995	694
Per eventi non di sicurezza	666	–	582	–	722	–

La gestione dei reclami

Nell'ottica di migliorare la qualità del servizio e l'assistenza fornita, sono attive delle piattaforme strutturate che si occupano della gestione dei reclami di carattere amministrativo: dal Customer Service ai desk dedicati, dai Major Account nazionali ed internazionali al Call Centre amministrativo. A seguito di contestazioni inerenti fatture emesse, si aprono delle Invoice Query, il cui stato di avanzamento è costantemente monitorato. La collaborazione tra le funzioni aziendali coinvolte, la riorganizzazione dei team amministrativi delle Region e la formazione hanno contribuito al miglioramento del numero delle contestazioni e quindi delle Invoice Query aperte.

Nel corso del 2007 sono stati attivati, inoltre, progetti finalizzati a ridurre il numero delle contestazioni del cliente prima della fatturazione.

Invoice Query su fatture totali 2007



Contenzioso clienti

	Contenzioso con i clienti		
	2007	2006	2005
Citazioni nazionali e internazionali	82 (di cui 22 transate prima dell'udienza e le rimanenti attualmente in gestione)	78 (di cui 15 transate prima dell'udienza e le rimanenti attualmente in gestione)	68 (di cui 25 transate prima dell'udienza e le rimanenti attualmente in gestione)

Nel 2007 è stato registrato rispetto al 2006 un aumento delle citazioni notificate a TNT Express Italy. Le citazioni riguardano per lo più eventi di smarrimento, danneggiamento e consegne non in orario. Il petitum varia da citazione a citazione, da richieste altissime a richieste minime, le più elevate riguardano eventi di smarrimento e consegne non in orario. Nel 2007 sono state transate 22 delle citazioni notificate, le restanti sono in gestione.

Capitolo 6 – Fornitori

La catena di fornitura svolge un ruolo strategico nell'ottica di garantire l'offerta dei migliori standard di servizio. Per tale motivo, la condivisione degli obiettivi, la reciproca trasparenza e correttezza, il monitoraggio costante delle attività svolte e la valutazione del servizio offerto sono gli elementi che definiscono e qualificano il rapporto di partnership tra TNT Express Italy ed i propri fornitori. Prerequisiti essenziali sono la garanzia di condizioni di lavoro eque e sicure e la gestione responsabile degli impatti sull'ambiente e sulla collettività, in modo che le attività svolte dai fornitori siano totalmente allineate con la strategia dell'azienda.

Fornitori industriali e di servizi

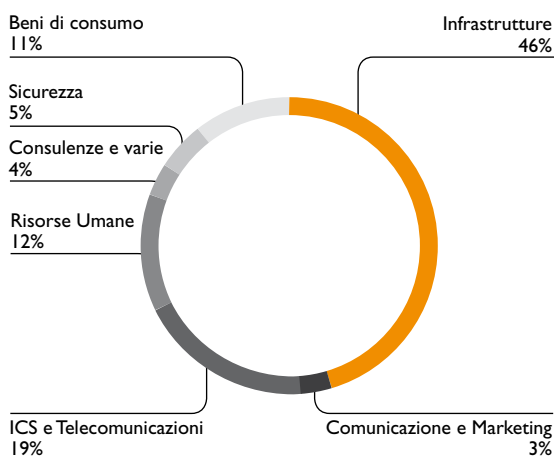
Questa categoria comprende i partner che assicurano servizi di fornitura complementari in diversi settori (tecnologico, infrastrutturale, marketing, comunicazione, credito, sicurezza, assicurazioni, ecc.), offrendo la miglior qualità senza tuttavia determinare un impatto rilevante sui costi aziendali. A questa tipologia di fornitori vengono richieste qualità, flessibilità, puntualità e innovazione rispetto al mercato di riferimento.

È opportuno rilevare che TNT Express Italy opera sul territorio nazionale e, nel rispetto della normativa vigente, seleziona i propri fornitori tramite gare, alle quali ogni operatore economico in possesso dei requisiti richiesti può partecipare. A tutti coloro che si aggiudicano il lavoro è richiesta la stipula del contratto.

Nel 2007 i fornitori di prodotti e servizi di TNT Express Italy sono stati 1.157 e il totale degli ordini effettuati ammonta a 118.300.240 milioni di Euro.

La tabella seguente riporta le principali categorie di servizi: si confermano importanti gli investimenti in infrastrutture e nell'innovazione tecnologica, sono esclusi invece i costi operativi in quanto, per la tipologia del business, la loro percentuale risulta elevata e non consente una corretta ripartizione degli altri costi, comunque importanti a livello di investimenti.

Ripartizione ordini per categoria



Criteri di selezione e valutazione

La selezione dei fornitori, gestita dal Servizio Purchasing & General Services, è improntata al rigoroso rispetto di parametri e precisi standard (Vision 2000, SA8000) cui l'azienda aderisce. Essa generalmente viene effettuata utilizzando i tradizionali strumenti a disposizione quali internet, database aziendali, riviste specializzate, brochure informative inviate direttamente da fornitori

e fiere di settore. È contemplata la possibilità di creare, dove opportuno, partnership secondo parametri tecnici ed amministrativi specifici: questo consente di stipulare Accordi Quadro per assicurare forniture di lungo periodo e di migliore qualità.

I criteri di selezione maggiormente significativi sono i seguenti:

- qualità della prestazione (servizio/prodotto fornito)
- comprovata affidabilità
- competitività ed economicità
- conformità allo standard relativo al Sistema di Gestione Ambientale (norma ISO 14001), mentre l'adesione allo standard SA8000 e alla certificazione di Sicurezza OHSAS 18001 costituisce un requisito preferenziale.

Per alcune categorie di fornitori è previsto inoltre un sistema di valutazione annuale delle performance fondato su alcuni dei seguenti criteri:

- qualità del servizio/prodotto ordinato
- livello del servizio secondo le tempistiche richieste
- livello di disponibilità del fornitore
- valutazione della capacità innovativa del fornitore in termini di proposte o alternative.

Sulla base del punteggio ottenuto si intraprendono eventuali azioni correttive in collaborazione con i soggetti interessati al fine di migliorare la cooperazione tra le parti.

Nel 2007 è continuata la standardizzazione dei processi oltre al sistematico utilizzo del sistema SAP e l'invio di documentazione dedicata al fornitore. Questo ha garantito la massima trasparenza e coerenza dei flussi di informazione.

Contractor operativi

In questa categoria rientrano i fornitori impegnati ad assicurare il collegamento tra le Filiali e gli Hub (Linehaul), la distribuzione delle merci (Pick-Up & Delivery) e la lavorazione delle spedizioni (Handling).

Nel 2007 il rapporto di TNT Express Italy con i contractor operativi ha continuato ad ispirarsi al programma denominato Q360°, focalizzato sulla qualità del servizio, sull'attenzione nei confronti dell'immagine e dell'impegno in favore dell'ambiente.

Contractor di Linehaul e Pick-Up & Delivery

Nel corso del 2007 è proseguita l'attuazione di alcuni progetti strategici per l'attività core di TNT Express Italy. Il focus sulla sicurezza e su tematiche rilevanti per i partner che ogni giorno viaggiano sulle strade è stato

oggetto di confronto attraverso un dialogo articolato, sostenuto da canali di comunicazione dedicati come il magazine *Driving TNT* e corsi formativi ad hoc.

Linehaul

La categoria dei mezzi pesanti è stata coinvolta anche nell'anno in oggetto nell'implementazione del progetto NOP (Network Optimization Programme), che prevede l'ottimizzazione delle tratte percorse grazie ad un apposito software e la conseguente riduzione dei chilometri percorsi (nel 2007 sono stati registrati oltre 600.000 km in meno rispetto al 2006 con una riduzione di CO₂ pari a 157 tonnellate).

Pick-Up & Delivery

Nel 2007 la flotta distributiva, imponente sia per le dimensioni sia per l'impatto sulle comunità in cui opera, è stata coinvolta nei progetti qui di seguito riportati, che hanno permesso di gestire al meglio l'aumento dei volumi sotto il profilo operativo:

- implementazione del progetto **Microzone**: è stata affidata ai fornitori di comprovata capacità la responsabilità di gestire macroaree di loro competenza
- progetto **Imaging**: la gestione delle spedizioni in modalità paperless ha consentito un'ulteriore accelerazione del processo distributivo
- **rinnovo dei mezzi**: l'ammodernamento dei veicoli è in linea con le direttive in materia ambientale dell'Unione Europea.

Composizione flotta 2007

Tipologia mezzi	Numero mezzi	Km percorsi	Consumi carburante
Linehaul	1.000	74.143.529	17.107.493
PUD (Pick-Up & Delivery)	3.200	77.782.142	9.722.767

Flotta Pick-Up & Delivery

Età media	2007	2005
Età media della flotta leggera (sotto i 35 Q.li)	4,8 anni	9 anni
Età media della flotta pesante (oltre i 35 Q.li)	5 anni	7 anni
% dei mezzi di flotta leggera oltre i 5 anni	36%	45%

* Si precisa che i dati indicati nella tabella sono stimati. Relativamente all'età media è stato omissso il 2006 in quanto si tratta di un trend dal 2005 al 2007.

Contractor di Handling

In merito allo svolgimento delle attività di Handling e distribuzione, i nuovi processi operativi sono stati condivisi con i partner fornitori sia in fase di progettazione, sia al momento dell'implementazione. Il positivo riscontro ottenuto dall'analisi dei processi nell'Hub di Piacenza, totalmente innovati nel 2006, ha determinato la scelta di introdurre il nuovo schema nei principali centri operativi di TNT Express Italy, con l'installazione di macchinari automatizzati in grado di garantire un continuo miglioramento della qualità dei flussi di lavoro.

Coinvolgimento dei contractor operativi

Come per i fornitori di servizi/prodotti, TNT Express Italy privilegia la definizione di Contratti Quadro, ovvero accordi di lungo periodo che consentono di monitorare il livello di servizio, effettuare interventi formativi ed eventuali azioni correttive. Il fornitore-tipo corrisponde sempre più alla grande cooperativa o consorzio di servizi: nel 2007 la maggior parte dei fornitori operativi può infatti essere inquadrato nella tipologia della grande cooperativa o consorzio, mentre la restante parte è rappresentata da fornitori di dimensioni medie e piccole. I contratti siglati nel 2007 secondo i criteri previsti dal Programma Q360° sono stati 131. Per

favorire una sempre più puntuale condivisione delle informazioni strategiche e un flusso di comunicazioni costante con i partner, TNT Express Italy ha continuato ad implementare il magazine Driving TNT, dove trovano spazio iniziative aziendali, notizie riguardanti il mondo del trasporto e approfondimenti di vario genere. Come nel 2006, anche nel 2007 sono usciti cinque numeri, con nuove aree tematiche e un crescente coinvolgimento dei lettori. La Guida al Pick-Up & Delivery, distribuita ad ogni partner autotrasportatore, è rimasta inoltre il punto di riferimento per i servizi offerti e la relativa gestione operativa.

Il programma di qualità totale si è tradotto anche nel 2007 in un beneficio d'immagine evidente:

- utilizzo di mezzi nuovi e meno inquinanti, con circa 1/3 della flotta completamente rinnovato negli ultimi tre anni
- driver consapevoli ed informati: approccio positivo e proattivo nei confronti del cliente TNT
- definizione di parametri di servizio rigorosi e focus costante sulla qualità.

Pur non controllando direttamente la flotta pesante (Linehaul) e i mezzi di distribuzione (Pick-Up & Delivery) l'azienda ha scelto di:

- coinvolgere i contractor operativi in un processo di sensibilizzazione sul tema della riduzione dell'impatto ambientale
- creare partnership con le case costruttrici per agevolare il rinnovo della flotta e l'utilizzo di veicoli a basso impatto
- attivare un processo di rendicontazione sostenibile dell'impatto secondo il modello GRI e determinare i target per il medio termine
- sensibilizzare ulteriormente i propri partner sul tema della sicurezza e influire positivamente sugli stili di guida adottati.

Nell'ottica di rafforzare la strategia intrapresa dall'azienda, nel 2007 sono stati realizzati corsi di guida sicura ad hoc per i partner autotrasportatori, insieme a iniziative di coinvolgimento e sensibilizzazione.

Condizioni contrattuali

Nel 2007 tutti i nuovi contratti stipulati da TNT Express Italy con i propri fornitori sono stati formulati sulla base di uno standard i cui elementi chiave sono:

- definizione di un contratto che preveda il rigoroso rispetto di tutti gli aspetti contributivi e previdenziali previsti dalle normative in merito
- ottemperanza alla legge 28/4/2005 nr. 161 relativa all'organizzazione del servizio di trasporto (in vigore

dal 2009) i cui punti essenziali riguardano:

- onorabilità
- capacità finanziaria
- idoneità professionale
- definizione e condivisione di rigorosi parametri di qualità del servizio, da monitorare costantemente
- scrupolosa attenzione all'immagine dei mezzi utilizzati e dei driver
- rinnovo costante della flotta sulla base dei parametri ISO 14001: obbligo di impiego di automezzi con non più di 5 anni di vita
- comprovata affidabilità
- competitività ed economicità.

In ottemperanza alle recenti novità in ambito legislativo nel 2007 è stato previsto inoltre l'aggiornamento di tutti i contratti d'appalto in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

Per garantire il rispetto delle norme contributive e retributive sono stati effettuati audit a campione gestiti da un ente esterno che hanno coinvolto parte dei contractor operativi.

Contenzioso

Per quanto riguarda i contractor operativi, nell'anno 2007 sono state registrate in totale 18 nuove controversie, di cui:

- 6 intentate dal personale impiegato dalle società cooperative di Handling e aventi ad oggetto il riconoscimento del lavoro subordinato, sia nei confronti delle società cooperative, sia nei confronti dell'azienda in qualità di committente del servizio. Due di queste cause sono state chiuse al 31.05.2008
- 7 controversie intentate dagli autisti delle ditte/ società fornitrici del servizio di Pick-Up & Delivery aventi ad oggetto il riconoscimento del lavoro subordinato e delle differenze retributive sia nei confronti delle società cooperative, sia nei confronti dell'azienda in qualità di obbligati solidali. Sei di queste cause sono state chiuse al 31.05.2008
- 1 controversia avente ad oggetto il riconoscimento di differenze retributive dovute sulla base delle tariffe a forcella. Questa causa è stata chiusa al 31.05.2008
- 4 controversie riguardanti omissioni contributive accertate dall'INPS nei confronti di addetti di una cooperativa di trasporto sia nei confronti della società cooperativa, sia nei confronti dell'azienda in qualità di obbligati solidali.

Le cause in oggetto sono ancora aperte.

Capitolo 7 – Ambiente

Il settore dei trasporti genera quasi un quinto delle emissioni globali di anidride carbonica (CO₂). Studiosi e scienziati ritengono che, a fronte delle ricerche condotte, tali emissioni siano i principali responsabili del riscaldamento del globo. Il dialogo di TNT con gli stakeholder conferma, a sua volta, una crescente preoccupazione verso la qualità dell'aria che respiriamo, lo sperpero delle risorse naturali, il business che continua a crescere e ad inquinare. Nell'ottica di dare una risposta concreta al fenomeno dei cambiamenti climatici negli oltre 200 Paesi in cui è presente, TNT ha lanciato il progetto Planet me, con cui si propone di diventare la prima azienda di consegna espressa e postale ad emissioni zero.

L'approccio di TNT

Il 6 giugno 2007, in concomitanza con la Giornata Mondiale sull'Ambiente, TNT Express Italy ha fatto proprio il programma del Gruppo dando il via ad una campagna interna di sensibilizzazione su temi quali il rispetto per il Pianeta, l'uso accorto delle risorse e la riduzione degli sprechi. Un approccio fattivo nel segno dello sviluppo sostenibile, già manifestato a febbraio con l'adesione alla Campagna SEE.

Nell'ambito della gestione ambientale, coerentemente con le politiche di Gruppo, TNT Express Italy ha adottato lo standard ISO 14001: ciò presuppone l'impegno dell'azienda verso il miglioramento continuo, da perseguire attraverso un focus locale sulle aree che necessitano di implementazioni nelle varie Filiali e strutture. I consumi energetici e di acqua, la produzione di rifiuti, la limitazione di sostanze nocive e il monitoraggio della flotta aziendale sono i fattori individuati come rilevanti nel 2007.

A partire dal 2008, per offrire risposte concrete ai timori ambientali manifestati dai propri stakeholder, TNT Express Italy intraprenderà un controllo costante e progressivo del proprio impatto in termini di CO₂. Si ritiene che le preoccupazioni sui cambiamenti climatici genereranno azioni da parte delle autorità competenti in tema di flotte aziendali: di conseguenza, l'incapacità di dimostrare un'attenta gestione delle emissioni potrebbe avere serie ripercussioni sulle operazioni future dei trasportatori, non ultimi i corrieri espressi.

Come azienda di trasporti, TNT è consapevole dei risvolti ambientali delle proprie attività e già nel 2005 ha creato il progetto *Driving Clean* per ridurre l'inquinamento generato dai veicoli adibiti alla distribuzione. Ad oggi, fra i principali risultati:

- impiego a Londra di due veicoli elettrici Newton ad emissioni zero da 7,5 tonnellate¹, cui nel 2008 se ne aggiungeranno altri 50 nel Regno Unito
- test pilota con 2 veicoli elettrici Smith, un Edison e un Newton, nell'ambito della "Rotterdam Climate Initiative", il cui obiettivo è dimezzare le emissioni di CO₂ nella città entro il 2025 (rispetto al 1990).

¹ Quasi interamente riciclabili, questi mezzi hanno un ciclo di vita superiore (+50%) e meno costi di manutenzione (fino al 60%), mancando il motore a combustione interna, la scatola del cambio (maggiore facilità di guida), l'antigelo, ecc.

Alimentati da 4 grandi batterie in grado di spingerli sino a 50 miglia all'ora (più di 80 Km/h), i Newton hanno un'autonomia di 130 miglia (210 Km). Possono essere ricaricati a bordo o attraverso le linee di alimentazione domestiche o con la tradizionale presa standard. Essendo leggerissimi, i furgoni consentono inoltre di aumentare la capacità di carico.

Driving Clean è stato il punto di partenza per una più ampia riflessione su tematiche come il riscaldamento globale e le emissioni di CO₂. Due questioni che oggi il mondo deve affrontare, e di cui il settore dei trasporti deve assumersi le proprie responsabilità. Per questo TNT ha deciso di dare vita ad una nuova iniziativa.

Planet me

TNT ritiene che le attività aziendali, combinate con le azioni individuali, possano fare la differenza nella lotta al fenomeno dei cambiamenti climatici. Questa è la filosofia alla base del programma Planet me, articolato in tre macro-progetti:

- **Code Orange**, volto a ridurre le emissioni di CO₂ prodotte dalle operazioni quotidiane
- **Choose Orange**, che sensibilizza i dipendenti a diventare parte attiva per la salvaguardia del Pianeta
- **Count Carbon**, il sistema ideato per rendicontare in maniera trasparente l'impatto in termini di CO₂.

I vantaggi dell'approccio multistakeholder perseguito da TNT si possono riassumere nei seguenti punti:

- massima trasparenza sugli obiettivi aziendali, sui progressi compiuti e sulle sfide in atto
- focalizzazione sulla riduzione delle emissioni di CO₂ in tutte le aree di business (non solo veicoli)
- invito ai dipendenti a portare avanti iniziative individuali in ambito lavorativo e nel privato.

Code Orange

Il "codice arancione" stabilisce l'impegno di TNT per ridurre le emissioni di CO₂. Per sviluppare tale strategia, TNT si avvale dell'aiuto del Programma Ambientale delle Nazioni Unite (UNEP), la cui mission è incoraggiare il rispetto per l'ambiente ispirando, informando e spingendo le Nazioni e le persone a migliorare la qualità della loro vita senza compromettere quella delle generazioni future. Le aree di cui si compone il progetto Code Orange sono:

Aviazione

- Volare "puliti"
- Contribuire ad accelerare lo sviluppo di tecnologie pulite.

Infrastrutture

- Far sì che tutti i nuovi edifici siano eco-compatibili
- Utilizzare energia pulita.

Viaggi d'affari

- Implementare sistemi di videoconferenza per ridurre gli spostamenti via aerea dei dipendenti.

Investimenti "verdi"

- Estendere l'impegno ambientale a fornitori e contractor operativi.

Auto aziendali

- Attivare un sistema di incentivazione che contempli esclusivamente veicoli a basso impatto.

Flotta

- Rinnovare la flotta esistente favorendo l'utilizzo di veicoli con i più elevati standard ambientali
- Attivare una strategia "pulita" per tutte le flotte worldwide
- Impegnarsi nello sviluppo tecnologico attraverso partnership strategiche con le case costruttrici.

Clients

- Offrire ai clienti prodotti "CO₂ efficient" attraverso lo sviluppo di un nuovo servizio per la Divisione Express e per la Divisione Mail.

Acquisti

- Stabilire procedure e politiche di acquisto "green".

Choose Orange

Choose Orange "scegli l'arancione" fa leva sul potere dei 161.500 dipendenti TNT incoraggiandoli, insieme alle loro famiglie, a contribuire al risparmio energetico. Numerose iniziative sono nate sotto l'ombrello di Choose Orange, fra cui il sito www.tntplanetme.com: una comunità virtuale dove i dipendenti TNT possono incontrarsi e condividere idee e buone pratiche quotidiane.

GreenSeat è invece un'opportunità per compensare le emissioni dei voli personali. TNT collabora con un'azienda che effettua la compensazione delle emissioni generate dalla tratta percorsa tramite progetti accertati. Le compensazioni effettuate dai dipendenti TNT sono registrate e allocate ad un progetto specifico².

Count Carbon

TNT ha dato vita a questa iniziativa per misurare, rendicontare e gestire le emissioni di CO₂ in modo corretto. In fase iniziale, Count Carbon mira ad individuare la fonte delle emissioni di TNT e comprendere il potenziale per ridurle: solo così è possibile identificare le aree chiave di intervento. In sintesi, gli obiettivi del progetto sono:

- migliorare la comprensione dell'impatto di TNT in termini di CO₂
- creare un processo di rendicontazione sostenibile
- fissare obiettivi tangibili per la riduzione delle emissioni
- stabilire una procedura per il calcolo delle emissioni per cliente, nell'ottica di offrire servizi CO₂-efficient, ovvero servizi a basso impatto ambientale.

L'approccio di TNT Express Italy

La tutela dell'ambiente è una parte fondamentale della strategia di TNT Express Italy nell'ambito della Responsabilità Sociale d'Impresa. L'azienda crede in un approccio concreto basato su un sistema di gestione integrato, sull'attivazione di progetti a 360° e sul coinvolgimento degli stakeholder: per questo il 1° febbraio ha ufficializzato a Bruxelles la propria adesione a Sustainable Energy Europe (SEE).

Campagna SEE

La campagna SEE è promossa dall'Unione Europea e, in Italia, dal Ministero dell'Ambiente, il quale ha selezionato un panel di aziende ed enti pubblici per individuare entro il 2010 soluzioni rispettose dell'ambiente all'interno dei settori di competenza.

TNT Express Italy ha ufficializzato il proprio impegno nell'area *Sustainable Energy in Transport*: oltre agli interventi per rinnovare la flotta, sono previste azioni per ottimizzare le performance energetiche delle infrastrutture. Coerentemente con il progetto Planet me, è stato attivato inoltre un processo strutturato per favorire la condivisione di informazioni su temi improntati alla Responsabilità Sociale, siano essi legati al core business di un corriere espresso o a questioni a più ampio raggio, come il risparmio energetico.

Progetti in essere e risultati conseguiti

Trasporti

- Il **Network Optimization Project (NOP)** consente di razionalizzare il percorso dei mezzi di linea che collegano i Centri di Smistamento alle Filiali, con un miglioramento costante di obiettivi e percorsi
- Sono state attivate **convenzioni con le case produttrici** per il rinnovo costante della flotta
- Il 25 ottobre TNT Express Italy e Iveco hanno ufficializzato al Salone Internazionale dell'Autotrasporto RAI di Amsterdam la partnership per lo **sviluppo congiunto del nuovo Eurocargo Ibrido**. Iveco si avvarrà del know-how di TNT Express Italy per migliorare la tecnologia ibrida e, come annunciato a dicembre in occasione del Motor Show, nel 2008 fornirà due veicoli, uno a metano e uno elettrico, per testarne le prestazioni durante la normale operatività nelle città e valutarne l'eventuale utilizzo su ampia scala
- Entro il 2008 **sistemi di videoconferenza** saranno introdotti nelle principali sedi regionali (Milano, Bologna, Roma, Pescara, Padova e Catania) per ridurre i viaggi per meeting e riunioni di lavoro.

Dall'anno in oggetto un sistema è già in uso presso la Sede di San Mauro Torinese

- L'attivazione della nuova **company car policy**, focalizzata sul tema della riduzione delle emissioni, prevede la sostituzione progressiva del parco auto aziendale con autovetture a basso impatto ambientale.

Infrastrutture

- Nel 2007 TNT Express Italy ha stipulato un accordo con Beghelli per l'**installazione di corpi illuminanti** ad alta efficienza energetica in tutte le nuove Filiali: questo riduce del 50% i consumi elettrici di ciascuna struttura. I corpi illuminanti, sono già stati collocati nelle Filiali TNT di Bergamo, Catania e Verona.

Comunicazione

A dicembre 2007, in occasione del Motor Show di Bologna, TNT Express Italy ha:

- sponsorizzato **Ecocity**, un'area dedicata al mondo della mobilità a basso impatto ambientale
- contribuito ad organizzare un dibattito a margine di EcoCity dal titolo "Il futuro della mobilità. Cittadini, consumatori, utenti: gli orizzonti possibili della mobilità urbana tra ecologia e bisogni": in tale occasione, sono stati messi a confronto rappresentanti del mondo delle istituzioni, dei trasporti, dei produttori. Tra i relatori era presente Rosario Ambrosino, Direttore Operativo di TNT Express Italy, che ha presentato Planet me, delineando le linee guida dell'impegno dell'azienda per la mobilità sostenibile
- annunciata l'adesione all'iniziativa **10x10 Challenge**, per la quale Quattroruote ha coinvolto alcune grandi aziende presenti in Italia nella sfida di ridurre del 10% le emissioni delle loro flotte entro il 2008.

A livello di comunicazione interna, nel corso del 2007 l'azienda ha capitalizzato e implementato gli strumenti a disposizione: sia l'house organ, sia il sito intranet, dove è stata creata una nuova sezione su "TNT e l'Ambiente", hanno regolarmente proposto notizie e aggiornamenti sulle iniziative intraprese, oltre a storie virtuose di dipendenti che, con il loro esempio, sono diventati "testimonial" del rispetto per il pianeta e di chi lo abita.

Catena di fornitura

- La partnership con il consorzio valdostano Idroenergia consente a TNT Express Italy di utilizzare dal 2006 solo energia prodotta da fonte rinnovabile con l'acqua pura della Valle d'Aosta. Tale scelta determina una riduzione pari a 15.080 tonnellate di CO₂.

Sistema di Gestione Ambientale

Il mese di giugno TNT Express Italy ha sostenuto le visite di sorveglianza per il mantenimento delle Certificazioni di Qualità (ISO 9001) ed Etica (SA8000) presso le sedi di San Mauro T.se, Bologna, Reggio Emilia, Piacenza Hub, Alessandria, Novara, Biella, Serravalle Sesia, Cagliari, Oristano, Nuoro, Sassari, Olbia, Roma Cinecittà³. Il parere degli auditor è stato positivo.

A seguire, l'audit per il mantenimento delle Certificazioni ISO 14001 (Ambientale) e OHSAS 18001 (Salute e Prevenzione) ha interessato le seguenti Filiali: Alessandria, Biella, Bologna, Cagliari, Novara, Nuoro, Olbia, Oristano, Piacenza, Reggio Emilia, Roma Cinecittà, Sassari e Serravalle Sesia. I risultati sono stati positivi³, in particolare sui seguenti aspetti:

- prevenzione degli impatti ambientali mediante l'attuazione di programmi orientati al risparmio delle risorse e al contenimento delle emissioni nell'atmosfera
- azione efficace da parte del Servizio Health & Safety (Coordinatori e Coadiutori) nell'analisi di rispondenza alle procedure di sistema o alle prescrizioni legali e nel trasferimento delle competenze ai responsabili di Filiale
- buon livello di applicazione del sistema di gestione per un'organizzazione così complessa
- sentito senso di appartenenza all'azienda e buona predisposizione al cambiamento rilevati tra i responsabili di Filiale
- ordine e pulizia adeguati degli ambienti, anche in contesti molto articolati
- introduzione nell'allegato contrattuale di una griglia di valutazione del servizio, che ha migliorato il sistema di controllo e la conseguente raccolta di dati sul fornitore del servizio di Pick-Up & Delivery
- articoli favorevoli allo sviluppo di una cultura sulle tematiche dei sistemi di gestione (Sicurezza ed Ambiente) pubblicati sulla rivista Driving TNT, diffusa in modo capillare ai contractor operativi
- imposizione di requisiti di prestazione ambientale ai trasportatori e agli immobili in affitto.

Le principali aree di miglioramento evidenziate dagli auditor DNV sono state:

- applicazione più tempestiva delle azioni correttive individuate da Coordinatori d'area e Coadiutori
- controllo del rispetto dei requisiti ambientali imposti ai fornitori, soprattutto per la gestione degli impianti delle Filiali

- allineamento del numero di mancati incidenti rilevati presso le Filiali alle necessità del sistema di gestione
- maggiore omogeneità nella gestione degli aspetti di sicurezza riguardanti le lavorazioni esterne soggette a permesso di lavoro presso le varie Filiali
- sorveglianza e misura su aspetti di sicurezza che, pur impattanti sulla fase di trasporto, risultano rilevabili solo fuori dalle aree di diretto controllo dei responsabili di Filiale
- estensione dei controlli sull'operato dei fornitori, ad esempio arricchendo le check-list utilizzate per le ispezioni del Servizio Health & Safety con i requisiti applicabili ai fornitori (come manutenzione impianti termici e condizionamento).

³ La Certificazione SA8000 presso le Filiali di Bologna, Reggio Emilia, Piacenza Hub, Alessandria, Novara, Biella e Serravalle Sesia è stata verificata a gennaio 2008.

Gestione della flotta

In linea con il progetto Corporate Planet me TNT Express Italy ha intrapreso una serie di iniziative volte a minimizzare l'impatto ambientale e a non penalizzare il core business: relativamente alle company car l'azienda si impegna a raggiungere entro il 2012 il target di 120 gr/km di CO₂ per chilometro in media per auto. Tutte le company car (auto a noleggio a lungo termine) devono inoltre soddisfare gli standard di efficienza di combustibile stabiliti dalla policy TNT pubblicata sul sito www.tntplanetme.com e applicata a livello mondiale. Tutte le auto con emissioni superiori ai 130 gr/km di CO₂ sono state dotate di F.A.P. (filtro antiparticolato) e si è provveduto ad eliminare le auto a maggiore impatto ambientale presenti nella flotta.

La strategia dell'azienda si declina nei seguenti obiettivi:

- sostituzione progressiva della flotta aziendale con autovetture a basso impatto ambientale
- revisione della policy sulle company car con l'adozione di auto eco-compatibili.

Auto aziendali

	2007	2006
Numero auto aziendali (diesel)	408	396
Chilometri	14.880.957	12.096.797
Consumi di carburante*	1.102.293	866.227

* Dato stimato (consumo medio: 13,5 km/l).

La scelta è orientata esclusivamente su:

- auto a gasolio a bassa emissione di CO₂
- veicoli con il massimo standard di sicurezza e comodità.

Per raggiungere l'obiettivo prestabilito è stato definito un piano accurato per la riduzione delle emissioni.

Piano riduzione emissioni* (company car)

gr/km	2007		2008		2009		2010	
	n° auto	%	n° auto	%	n° auto	%	n° auto	%
< 101	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
101÷120	164	40,7%	166	41,2%	167	41,4%	167	41,4%
121÷140	41	10,2%	133	33,0%	167	41,4%	169	41,9%
141÷160	169	41,9%	82	20,3%	65	16,1%	62	15,4%
161÷200	25	6,2%	20	5,0%	4	1,0%	5	1,2%
201÷250	4	1,0%	2	0,5%	0	0,0%	0	0,0%
> 250	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

* I dati inseriti nel piano sono riferiti al mese di settembre 2007.

Sul fronte dei mezzi di distribuzione, pur non controllando direttamente la flotta pesante (Linehaul) e i mezzi di distribuzione (Pick-Up & Delivery), l'azienda ha scelto di:

- coinvolgere i contractor operativi in un processo di sensibilizzazione sul tema della riduzione dell'impatto ambientale
- stipulare convenzioni con le case produttrici per facilitare l'adozione di mezzi a gas metano o gpl e per agevolare la sostituzione di quelli obsoleti
- attivare un processo di rendicontazione sostenibile dell'impatto secondo il modello GRI e determinare i target per il medio termine
- effettuare studi di fattibilità relativi all'utilizzo di mezzi elettrici e a metano per la distribuzione nei centri storici.

Parallelamente TNT Express Italy intende sensibilizzare le Istituzioni a livello nazionale e locale per facilitare l'utilizzo di veicoli a "emissioni zero" destinati alla distribuzione nei centri storici e nelle ZTL.

Coinvolgimento dei contractor operativi

Nel 2007 è proseguito il processo di sensibilizzazione dei contractor operativi. Oltre a sottolineare aspetti contemplati nel contratto di fornitura, quali la sostituzione periodica dei mezzi e l'ottemperanza alle normative di legge in materia di requisiti tecnici e revisioni, la "Guida al Pick-Up & Delivery" si è rivelata uno strumento indispensabile per veicolare informazioni su come, ad esempio, adottare uno stile di guida sicuro e smaltire i rifiuti inquinanti. Un passo ulteriore verso il coinvolgimento degli autotrasportatori è l'attività formativa avviata da TNT Express Italy nel 2007, ispirata ai principi del programma Q360° (qualità a 360°). Nel corso di un training mirato, il partner fornitore, supportato da un esperto dell'azienda, ha illustrato agli autisti ogni aspetto del programma e la cosiddetta Patente a Punti, un "rilevatore di qualità" basato sui 18 elementi chiave della loro attività. Con questa speciale Patente a Punti, ogni autista ha modo di verificare periodicamente la qualità del proprio lavoro e comprendere le aree di miglioramento in base al meccanismo del punteggio legato al livello del servizio. Un importante metodo di autovalutazione per confrontarsi con i colleghi e rendersi conto dei problemi che possono avere i clienti. Nel corso del 2007 si è rafforzato anche il dialogo sui temi ambientali, teso a incoraggiare i partner

autotrasportatori a ridurre le emissioni di CO₂ dei loro mezzi. TNT Express Italy si propone di:

- dare l'esempio e far comprendere i benefici di una guida più pulita anche in termini di riduzione dei consumi di carburante
- effettuare test pilota sui veicoli operativi
- condividere la strategia della "flotta pulita".

In quest'ottica, il 21 ottobre e l'11 novembre si sono svolti i primi 2 corsi di guida sicura rivolti ai 70 più bravi autisti individuati sulla base del programma Q360° nel semestre gennaio-giugno. Frutto di un accordo tra TNT Express Italy e Mercedes, i corsi si sono tenuti sui circuiti dell'ACI di Franciacorta (Brescia) e Vallenga (Roma) e hanno consentito ai partecipanti di affinare le proprie tecniche di guida affiancati a istruttori esperti.

Gestione delle infrastrutture

L'obiettivo di TNT Express Italy è minimizzare l'impatto ambientale delle proprie strutture. In quest'ottica, nel 2007 è stato stipulato un accordo con Beghelli per l'installazione di corpi illuminanti ad alta efficienza energetica in tutte le nuove Filiali, iniziando nell'anno in oggetto con quelle di Bergamo, Catania e Verona. I siti futuri saranno realizzati prevedendo l'utilizzo di materiali bio-compatibili e impianti di co-generazione e rigenerazione, oltre alle più moderne tecnologie. A tal proposito, nel 2008 sono in previsione test pilota relativamente all'utilizzo di pannelli fotovoltaici, finalizzati a confermare i dati relativi al risparmio energetico.

Gestione dei consumi

I consumi, prodotti principalmente dalle infrastrutture, possono essere soggetti a variazioni sulla base di eventuali riorganizzazioni dei siti e del potenziamento del business e a seguito dell'inserimento di macchinari tecnologici. Dal 2006, grazie all'accordo con Idroenergia⁴, l'azienda soddisfa quasi il 100% del proprio fabbisogno con energia pulita (idroelettrica). La tabella seguente riporta i dati relativi a elettricità, riscaldamento e gas metano, sui quali hanno inciso in particolare l'implementazione di nuove strutture e l'introduzione di sistemi di automazione avanzati che garantiscono una maggiore operatività.

⁴ Consorzio di autoproduzione valdostano che eroga il servizio da fonte completamente rinnovabile.

Consumi di energia (2007)

Elettricità acquistata (Kw)	23.563.009
Elettricità acquistata da fonti rinnovabili (Kw)	21.067.524
Gpl (litri)	48.757
Gasolio (litri)	48.988
Gas (m ³)	509.888

Gestione rifiuti - tonnellate (2007)

Rifiuti non separati per il riciclo	696
Carta e cartone separati per il riciclo	43
Altri tipi di rifiuti separati per il riciclo	4.426
Rifiuti pericolosi riclati e non	9

Gestione dei rifiuti

In base alla normativa vigente, i rifiuti prodotti da TNT Express Italy possono essere suddivisi in:

- **solidi urbani** - rifiuti domestici provenienti da locali, rifiuti vegetali e rifiuti risultanti da attività di pulizia
- **speciali** - prodotti dall'attività lavorativa (pericolosi in quanto tossici/nocivi o non pericolosi).

I primi vengono smaltiti tramite il servizio pubblico, mentre la gestione dei rifiuti speciali su tutto il territorio nazionale è in appalto ad un'unica società esterna che garantisce uno standard di qualità in linea con le normative nazionali ed europee vigenti. Tale società provvede al ritiro, alla cernita, allo smaltimento e ove possibile al recupero/riciclaggio dei rifiuti prodotti. Nel 2007 è stata rivista la base di raccolta dati; in seguito a tale scelta non è possibile effettuare un confronto sistematico con gli anni precedenti. Si tratta comunque di un'opportunità per analizzare maggiormente il benchmark con le altre Business Unit e condividere esperienze comuni.

Sempre nell'anno in oggetto, oltre alla continua sensibilizzazione di tutti i dipendenti sul tema dei consumi l'azienda ha dato vita ad un progetto relativo alla fatturazione elettronica: lanciato nel 2007, verrà pienamente implementato nel 2008. Il nuovo sistema contribuirà a ridurre il consumo di carta grazie al contenimento delle stampe, che fino ad oggi erano postalizzate, e snellerà lo svolgimento degli adempimenti amministrativi. Dalle stime effettuate TNT Express Italy potrà arrivare a risparmiare circa 1.200.000 fatture e altrettante buste e quasi 5 milioni di fogli.

Reclami

Nel 2007 non si sono verificati casi di contenzioso o reclami, ma si sono intensificati i rapporti con Istituzioni e autorità locali per prevenire eventuali rischi e/o ricercare nuove soluzioni relative alle tematiche di natura ambientale. Non sono stati registrati inoltre reclami generati da emissioni acustiche né incidenti ambientali di alcun tipo.

Capitolo 8 – Il nostro impegno per il mondo

Una parte importante della mission di TNT è l'impegno a condividere la responsabilità del mondo in cui viviamo. Nell'ottica di promuovere la propria sostenibilità sociale e ambientale, TNT intende capitalizzare tre fattori chiave: il coinvolgimento dei dipendenti, la riduzione dell'impatto del proprio business e l'attenzione verso le comunità in cui è presente.

Cinque anni fa è nata la collaborazione con il World Food Programme¹ (WFP) delle Nazioni Unite: attraverso il progetto Moving the World² TNT offre know-how, risorse e supporto logistico per combattere la fame nel mondo. Ad agosto 2007 ha preso il via un secondo programma, Planet me, con il quale TNT intende salvaguardare il Pianeta gestendo in primo luogo le emissioni di gas a effetto serra e rendicontando in maniera sempre più trasparente la propria performance ambientale.

Principale strumento di benchmarking è il Dow Jones Sustainability Index, dove nel 2007 TNT ha raggiunto la prima posizione nel settore di appartenenza.

¹ Il WFP è la più grande organizzazione umanitaria mondiale e il braccio logistico delle Nazioni Unite. Nel 2007 ha fornito cibo a oltre 90 milioni di persone in più di 80 Paesi. Ulteriori informazioni sono disponibili su www.wfp.org

² Moving the World è il macro-progetto in cui rientrano le iniziative sviluppate da TNT a sostegno della partnership con il WFP.

Collettività

Nel 2007 TNT ha consolidato iniziative e progetti mirati al coinvolgimento dei dipendenti, con l'obiettivo di condividere con le comunità locali i benefici e l'esperienza maturati nel proprio business. La collaborazione con il WFP è giunta al quinto anno e, in questo arco di tempo, è diventata un incredibile esempio globale di "best practice" a livello di Responsabilità Sociale d'Impresa.

Parallelamente, TNT segue progetti inerenti le grandi macrotematiche che oggi il mondo deve affrontare rivolgendosi alla collettività. Nel 2007, si è rinnovato il sostegno al World Press Photo, organizzazione no-profit che promuove a livello internazionale il lavoro di fotoreporter professionisti, sostenendo anche una serie di importanti programmi educativi³.

TNT e il WFP

Quando fu annunciato l'accordo fra le due organizzazioni, il 17 dicembre 2002, nulla faceva presagire che i risvolti sarebbero stati così profondi e i consensi tanto entusiasti. Nel prodigarsi con energia e sensibilità, persone TNT di tutto il mondo hanno tradotto il significato di Corporate Social Responsibility in progetti concreti. A dicembre, in occasione del rinnovo della partnership, TNT e il WFP hanno lanciato la campagna interna "Thank you" per ricordare quanto costruito insieme.

Grazie...

... **per** aver finanziato 58 milioni di pasti distribuiti nelle scuole

... **per** aver donato 8,8 milioni di Euro

... **per** aver aiutato oltre 1 milione di bambini e ragazzi in età scolastica

... **per** aver fornito corsi di formazione a più di 1.000 operatori del WFP

... **per** aver affrontato oltre 30 emergenze

... **per** aver effettuato più di 10 trasporti aerei in situazioni di emergenza

... **per** aver percorso a piedi 10 volte il giro del mondo

... **per** aver installato 60 pompe per il rifornimento idrico

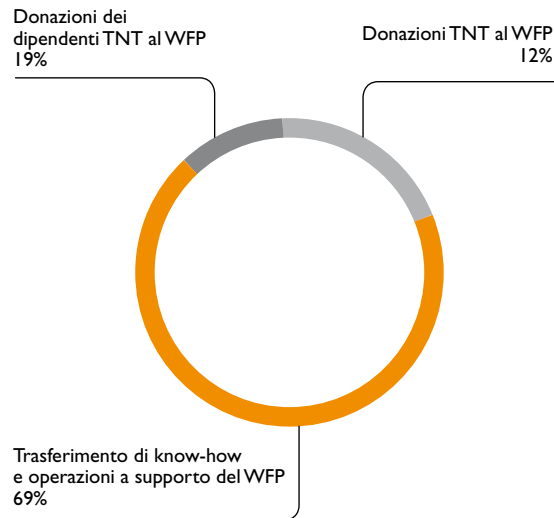
... **per** 5 anni di amicizia.

Una collaborazione in crescita

In cinque anni TNT ha donato al WFP 38 milioni di euro, cui si sommano 9 milioni di euro derivanti dall'attività di raccolta fondi fra i dipendenti. Nel 2007 TNT e il WFP hanno fatto una valutazione di Moving the World e, considerando la partnership nel suo complesso, gli obiettivi prefissati sono stati raggiunti:

- maggiore efficienza logistica grazie all'implementazione del modello di gestione della distribuzione
- migliaia di vite umane salvate e migliorate tramite programmi di volontariato come School Feeding e Emergency Response
- consolidata raccolta fondi e ottimizzazione delle capacità di fundraising del WFP nel settore privato
- incremento della reputazione aziendale, con livelli di soddisfazione dei dipendenti in aumento costante.

Ripartizione dei fondi destinati ai progetti



Di seguito sono indicate le principali iniziative sviluppate insieme in questi anni.

2003

- **Emergency Response:** il 7 dicembre 2003 un Airbus 300 di TNT Airways ha effettuato il primo trasporto aereo privato nella storia del WFP, consegnando 33 tonnellate di forniture di emergenza ed equipaggiamento per un campo profughi in Chad, meta di migliaia di rifugiati del Sudan
- **School Feeding:** i primi volontari TNT si sono recati in Malawi, Tanzania, Cambogia, Nicaragua e Gambia, i Paesi gemellati con le Business Unit del Gruppo, dedicando le loro capacità ed energie per costruire giardini nelle scuole, bagni, sistemi di raccolta dell'acqua, cucine e magazzini

³ Ulteriori informazioni sono disponibili sul sito www.worldpressphoto.org

- **Trasparenza e responsabilità:** oltre 20 dipendenti hanno lavorato con il WFP sul campo, scambiando idee e conoscenze. L'Audit Department del WFP ha beneficiato con un aumento del 30% nelle ispezioni e una riduzione delle tempistiche del ciclo di reporting degli audit da 6 mesi a 1 mese.

2004

- **Emergency Response in Sudan:** per fronteggiare la tragedia del Sudan (conflitto in Darfur, due decenni di guerra civile, sottosviluppo e mancanza di cibo), TNT ha raccolto fondi, fornito trasporti, valutato e implementato i sistemi IT, addestrato lo staff e effettuato voli di soccorso
- **Colour the World:** TNT ha lanciato un concorso internazionale di disegno per sensibilizzare i bambini e le loro famiglie sulla piaga della fame. I premi in denaro (\$250) vengono spesi nelle scuole dei Paesi gemellati con TNT
- **Kids Moving the World:** ad oggi questa iniziativa coinvolge 150.000 bambini delle scuole olandesi. Un pacchetto educativo (tre lezioni ed un gioco) spiega ai piccoli studenti le situazioni di indigenza in cui vivono tanti loro coetanei. TNT ha formato i dipendenti volontari a giocare con i bambini
- **Network per le risposte umanitarie:** insieme al WFP, TNT ha mappato le aree strategiche dove aumentare le capacità e l'efficacia del sistema di gestione dei magazzini del WFP.

2005

- **Emergency Response tsunami:** TNT ha messo a disposizione le proprie risorse per aiutare il WFP e altre organizzazioni umanitarie a far fronte alle attività operative legate all'emergenza nell'Oceano Indiano. Oltre 130 dipendenti provenienti da 9 Paesi hanno preso parte ai soccorsi
- **Campagne di CRM:** il Cause Related Marketing fa leva sui network TNT rivolti ai clienti per incoraggiare gli stakeholder a effettuare donazioni e aumentare la consapevolezza sul WFP
- **Progetto scuole in Mozambico:** una pompa dell'acqua che i bambini azionano facendo girare una giostra è stata installata in 36 scuole selezionate dai Ministeri dell'Educazione e dell'Agricoltura locali, dal FAO e dal WFP
- **Train the trainer:** il progetto Air Operations Training fa leva sul know-how e sulle capacità di TNT Airways per addestrare lo staff addetto alle operazioni aeree nel WFP.

2006

- **North Star Foundation:** alimenta un network di cliniche della salute lungo le strade in Africa, India e Asia per rendere gli autisti più consapevoli dei pericoli legati all'HIV/AIDS
- **Iniziative dei dipendenti:** in questi anni sono nate attività di raccolta fondi interessanti e coinvolgenti, come corse in bicicletta, staffette, gare sportive, lotterie, aste e altre ancora
- **Ottimizzazione dei trasporti:** TNT ha aiutato il WFP a ottimizzare i propri requisiti in due aree: l'efficienza e la sicurezza dei suoi 2.600 veicoli leggeri nel mondo, e il perfezionamento delle rotte. Queste conoscenze sono condivise con oltre 40 organizzazioni umanitarie attraverso il Fleet Forum.

2007

- **Emergency Response Team:** nel 2007 questo gruppo d'intervento speciale ha fornito soccorso in Bangladesh, colpito dal ciclone Sidr, e Nicaragua, devastato dall'uragano Felix; è inoltre entrato in azione dopo un'alluvione in Mozambico e ha effettuato operazioni aeree in Sudan e a Khartoum
- **Ottimizzazione dei trasporti in Liberia:** con le tecniche GPS sono state mappate le coordinate di magazzini e scuole per aiutare il WFP a ridurre i costi di approvvigionamento e a distribuire cibo nelle zone remote, fra cui 2.000 scuole che rientrano nel Programma School Feeding
- **Quinto anniversario di Walk the World:** ancora una volta, centinaia di migliaia di persone hanno marciato insieme per dire basta alla fame nel mondo. Un piccolo evento che con il tempo è diventato un fenomeno di portata mondiale.

Il futuro della partnership

L'intenzione di TNT è continuare a trovare stimoli ed energie per aumentare il coinvolgimento aziendale e le connessioni a livello locale, integrandole nella struttura corporate di responsabilità sociale. A tal proposito, si è deciso di suddividere i progetti in 4 macro-aree, ognuna delle quali sarà "sponsorizzata" da un membro del Board of Management:

- **Funds for Children,** focalizzata sul progetto School Feeding, sul marketing sociale e sul coinvolgimento degli stakeholder attraverso eventi globali di raccolta fondi, ecc.
- **Movement against Hunger,** per sostenere la causa del WFP attraverso grandi manifestazioni e facendo leva sulla posizione di interlocutore privilegiato nel settore trasporti all'interno del World Economic Forum. Questa iniziativa è seguita personalmente dal CEO di TNT

- **Expertise for Impact**, volta a migliorare continuamente l'efficienza logistica e incrementare le attività operative legate all'emergenza
- **Responsible Transportation**, focalizzata su problematiche inerenti il trasporto quali la sicurezza sulle strade, le malattie a trasmissione sessuale e le emissioni nocive.

Nel corso dell'ultimo incontro del World Economic Forum, svoltosi il 25 gennaio 2008 a Davos in Svizzera, TNT ha invitato politici, leader di organizzazioni non governative e CEO di grandi multinazionali ad esprimersi su tematiche quali l'inquinamento, la fame e malattie come l'AIDS. Simbolicamente la discussione si è svolta, come in occasioni precedenti, in una tenda di soccorso del WFP. Questo gesto di TNT ha contribuito a incrementare il sostegno del settore privato alle operazioni di soccorso umanitario.

Un esempio finora unico di collaborazione fra aziende, creato proprio in tale contesto, vede i player Agility, TNT e UPS uniti nel progetto LETs (Logistics Emergency Teams) per offrire una risposta congiunta ai disastri naturali su larga scala mettendo a disposizione specialisti di logistica, strutture e materiali, oltre naturalmente a servizi di trasporto. La bontà del progetto si è manifestata per la prima volta ad agosto 2007, quando Agility, TNT e UPS hanno attivato Logistics Emergency Teams in Indonesia durante un'esercitazione con il WFP. Precedentemente, a febbraio, TNT e UPS avevano collaborato con il WFP in Ghana e a Panama.

North Star Foundation

Nata in origine come progetto pilota all'interno di Moving the World, North Star è diventata una fondazione indipendente nel corso del 2007. L'obiettivo che si pone è mobilitare i trasportatori umanitari e commerciali per rispondere alla pandemia rappresentata dalla diffusione dell'HIV/AIDS in Africa attraverso una rete di cliniche della salute. Gli autisti possono recarsi in queste strutture per effettuare visite e controlli. Solitamente si tratta di case semi-movibili in container convertiti e situati in luoghi specifici (confini o città di transito dove si ritrovano molti autisti)⁴.

⁴ Per maggiori informazioni si veda il sito group.tnt.com/wfp

L'impegno di TNT Express Italy

Accanto al sostegno alle attività corporate, TNT Express Italy è orientata a sviluppare iniziative funzionali alle esigenze manifestate dalle comunità in cui opera, sia a livello nazionale che locale.

Progetto School Feeding

Relativamente alla partnership con il WFP, nel 2007 un nuovo dipendente italiano è stato selezionato per il progetto School Feeding, il cui obiettivo è garantire un'adeguata alimentazione ai bambini che frequentano le scuole nei Paesi gemellati. Per la durata di tre mesi il candidato italiano ha collaborato con il WFP in Gambia, raccontando su un sito accessibile ai dipendenti le giornate trascorse in Africa e lo stato di avanzamento dei progetti ai quali sono stati destinati i fondi raccolti dalla Business Unit italiana per il 2007: la costruzione delle cucine nelle scuole dei villaggi di Tankular e Burrong. Due progetti extra - la costruzione del pozzo di Tankular e la riparazione della pompa di Burrong - sono inoltre stati realizzati grazie all'iniziativa Ortoins(i)eme di Giuseppe Pellegrini, anch'egli volontario nel 2005. Dal 2003 ad oggi sono stati tre i dipendenti italiani volontari in Gambia.

Ortoins(i)eme

Nel 2007 Giuseppe Pellegrini, in collaborazione con le classi elementari dell'Istituto Comprensivo S. Fruttuoso e dell'Istituto G. Carducci di Genova, ha dato vita al progetto Ortoins(i)eme con una duplice finalità:

- costruire piccoli orti nelle scuole per far comprendere l'importanza di una corretta alimentazione
- creare un ponte concreto con i bimbi del Gambia, inviando semi per gli orti e fondi per l'acquisto di materiale per la costruzione/manutenzione dei pozzi attraverso un processo di apprendimento basato sulle parole chiave parlare-cambiare-giocare, i bambini si sono confrontati con una realtà diversa dalla loro dando il via ad un gemellaggio con i coetanei in Gambia. La raccolta fondi avviata parallelamente ha consentito di realizzare gli extra progetti nelle località di Tankular e Burrong. L'iniziativa ha ricevuto il premio Takunda in segno di riconoscimento per l'impegno svolto.

Raccolta fondi

Anche nell'anno in oggetto i dipendenti di TNT Express Italy hanno risposto numerosi all'appello in favore del WFP. Il 13 maggio Roma è stata teatro di *Walk the World*, la marcia che si svolge simbolicamente in contemporanea in tutto il mondo, attraverso 24 fusi

orari. Nella città capitolina hanno marciato oltre 2.000 persone, accolte dal Vice-direttore esecutivo del WFP John Powell, dall'Amministratore Delegato di TNT Express Italy Christian Drenthen e dal Vice-sindaco di Roma Maria Pia Garavaglia.

Dopo il successo della prima edizione, in primavera si è svolto il II Trofeo di Calcio TNT, forse l'esempio più evidente di come si possano coniugare attività benefiche con eventi di aggregazione e coinvolgimento. Il Trofeo, di carattere assolutamente non agonistico e patrocinato dall'UISP (Unione Italiana Sport per Tutti), ha nuovamente coinvolto molti dipendenti, consentendo di consolidare la raccolta fondi avviata nel 2006.

La tabella sottostante indica i fondi raccolti nel 2007 grazie a diverse attività. L'incremento di oltre il 12% è stato principalmente dettato da una maggiore sensibilizzazione e dalla crescente partecipazione dei dipendenti.

Donazioni per il WFP (euro)

Progetti/Iniziative	2007	2006
Torneo di Calcio TNT	42.000	27.000
Walk the World	30.022	34.436
Iniziative varie per dipendenti	37.186	42.299
Donazioni volontarie	13.879	5.905
Totale	123.087	109.640

Altri progetti

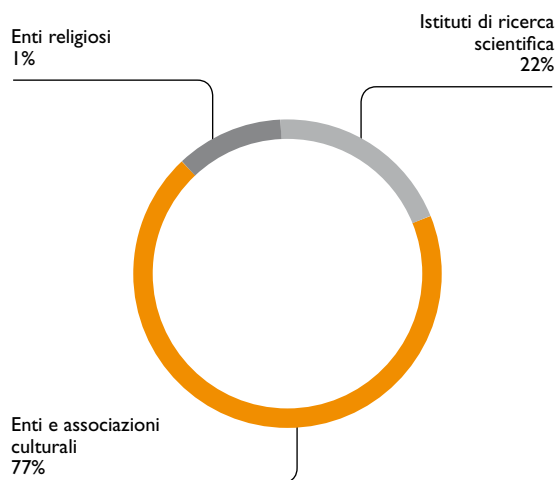
Come sempre non sono mancati spunti e proposte di dipendenti sensibili a tematiche di avvicinamento al contesto sociale di riferimento. Il Servizio Comunicazione & CSR ha continuato a svolgere la funzione di collettore dei suggerimenti e delle storie di solidarietà segnalate, diffondendoli internamente attraverso la intranet aziendale, dove nel 2007 è stata creata una sezione interamente dedicata alla Responsabilità Sociale d'Impresa. In questo modo, l'azienda è riuscita a dare visibilità non solo ai progetti ormai consolidati, ma anche all'impegno dei singoli dipendenti.

Ripercorrendo gli eventi significativi del 2007, l'iniziativa **Babbo Natale negli Ospedali** si è confermata un appuntamento immancabile. A dicembre, 39 dipendenti hanno visitato 27 fra case di accoglienza e reparti pediatrici degli ospedali delle loro città: 1.394 bambini hanno ricevuto un piccolo dono e un sorriso.

Rinnovata anche la scelta di devolvere all'**AISM**, Associazione Italiana Sclerosi Multipla, l'importo in passato destinato ai regali di Natale per i clienti. Nel 2007 è proseguita la convenzione con l'Associazione **Giglio onlus**⁵ a sostegno del progetto *La Casa del Giglio*, volto a raccogliere fondi per l'affitto e la gestione di alloggi ad uso gratuito per i genitori dei bambini ricoverati all'Ospedale Regina Margherita di Torino. Aderendo alle iniziative dell'associazione, di volta in volta diverse, i dipendenti hanno consentito di raccogliere 4.070 euro (975 euro nel 2006).

A maggio l'azienda ha aderito all'iniziativa *Send me books! (Inviatemi dei libri!)*, che TNT Express Turchia promuove da 8 anni all'interno delle proprie azioni rivolte alla comunità, raccogliendo e distribuendo libri alle scuole locali bisognose. Nel 2007 i dipendenti TNT nel mondo sono stati invitati a contribuire, donando libri scolastici per bambini/studenti e testi per insegnanti in lingua inglese, tedesca, francese o italiana. L'iniziativa è stata promossa sulla intranet aziendale e il 30 luglio è partita alla volta della Turchia la spedizione con i libri regalati dai dipendenti italiani.

Erogazioni liberali di TNT Express Italy (2007)



⁵ Per ulteriori informazioni su Giglio: <http://www.giglio-onlus.it>

I rapporti con i media

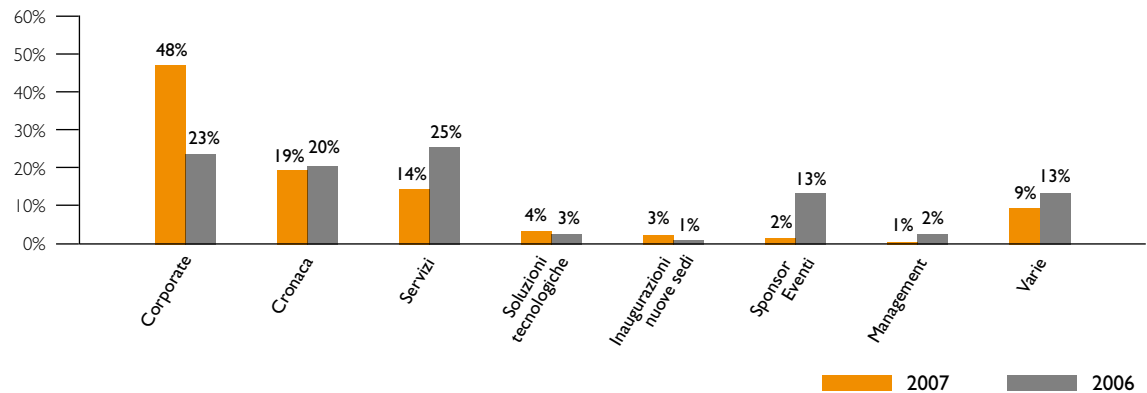
I rapporti con i media sono stati gestiti nel 2007 dall'Ufficio Stampa che ha agito sulla base dei criteri di trasparenza, chiarezza e tempestività e che riveste un ruolo significativo nel garantire la coerenza e uno scambio di informazioni corretto e puntuale con l'esterno.

Sul sito internet di TNT Express Italy (www.tnt.it) è possibile consultare i comunicati stampa e trovare dati e notizie corporate sempre aggiornati.

Per valutare periodicamente la copertura dei media e la qualità delle informazioni pubblicate vengono effettuate analisi periodiche che consentono di monitorare il trend e intraprendere azioni di miglioramento.

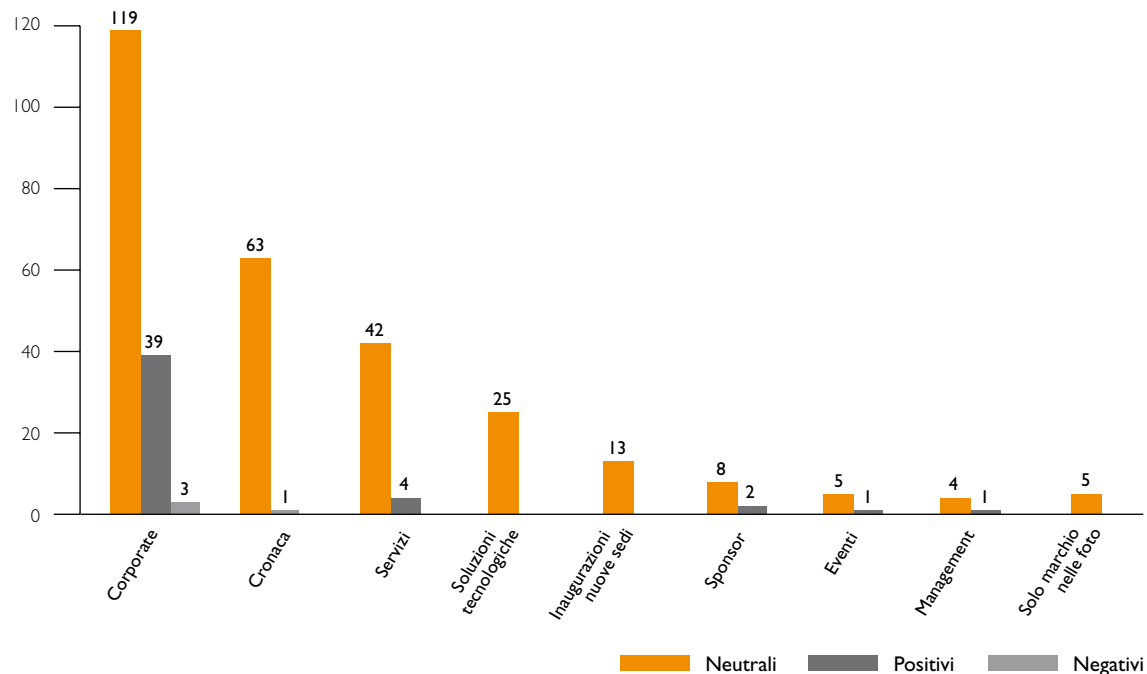
Nel 2007 sono stati presi in esame 335 articoli relativi alla Business Unit Italia, riportati qui di seguito suddivisi per argomento (la base di monitoraggio è costituita dalle principali testate quotidiane e periodiche nazionali, regionali e locali, dalle agenzie di stampa e dalle riviste specializzate).

Suddivisione articoli per argomento



Anche quest'anno in riferimento ai temi e ai contenuti affrontati si riscontra una predominanza quasi assoluta degli articoli a carattere neutro. L'area corporate presenta una buona percentuale di articoli positivi, con solo qualche negatività.

Orientamento articoli per argomento



Relazioni con le Istituzioni

Nel 2007 TNT Express Italy ha continuato il percorso di consolidamento dei rapporti con le Istituzioni a livello locale e nazionale. Nel favorire il dialogo su tematiche sensibili all'espletamento delle attività quotidiane (apertura/trasloco Filiali, normative inerenti il trasporto e il transito dei veicoli), l'azienda si è confermata punto di riferimento e osservatorio privilegiato all'interno delle comunità in cui opera. Consapevole di essere parte integrante della creazione della catena del valore nell'economia italiana, TNT Express Italy ha confermato la sua volontà di creare un confronto costruttivo, chiaro e trasparente con gli interlocutori istituzionali.

Associazioni di settore

TNT Express Italy ha svolto anche un ruolo all'interno delle principali Associazioni Nazionali del settore del trasporto, quali Fedit (Federazione Italiana Trasportatori), AICAI (Associazione Italiana Corrieri Aerei Internazionali, che fa parte di Confindustria) e FASC (Fondo Agenti Spedizionieri e Corrieri): l'azienda è presente nei loro organi direttivi e devolve annualmente la propria quota associativa. Questi organismi sono principalmente focalizzati sulle tematiche di maggior interesse per TNT e per gli altri operatori del settore quali, ad esempio, le limitazioni all'accesso dei veicoli nei centri storici, la creazione di piattaforme logistiche, i rapporti con gli operatori aeroportuali e doganali. TNT svolge anche una costante attività di aggiornamento e presenza all'interno degli Enti Ministeriali competenti.

Cittadinanzattiva

Si è rinnovato il sostegno alla campagna ImparareSicuri¹ di Cittadinanzattiva, insieme alla Presidenza del Consiglio, al Ministero dell'Educazione e alla Difesa Civile. Il 23 e 24 novembre 2007 la Giornata Nazionale della Sicurezza nelle Scuole ha consentito agli studenti di circa 10.000 istituti di conoscere e riconoscere la scuola come bene comune, che, in quanto tale, occorre rendere un ambiente sano, sicuro ed accogliente. L'importanza dell'evento risiede anche nella redazione di un rapporto sottoposto al Ministero della Pubblica Istruzione e alla Presidenza della Repubblica al termine dell'analisi effettuata sullo stato (sicurezza, igiene e qualità) degli edifici scolastici in Italia. Anche quest'anno TNT Express Italy ha trasportato e distribuito i kit contenenti il materiale informativo alle scuole.

¹ La campagna è nata nel 2002 in seguito al sisma che determinò il crollo della scuola elementare di San Giuliano in Molise per contribuire alla sicurezza degli edifici scolastici. Informazioni su www.cittadinanzattiva.it

Sodalitas

Continua il sodalizio con l'associazione² che unisce il mondo delle imprese e il settore no-profit nel comune impegno in favore della collettività. L'obiettivo è favorire la condivisione di esperienze e diffondere la cultura manageriale della Responsabilità Sociale d'Impresa tra le diverse categorie di stakeholder.

² Ulteriori informazioni su Sodalitas si trovano su www.sodalitas.it

Appendici – Sintesi degli indicatori

Il Bilancio di Sostenibilità 2007 di TNT Express Italy è stato redatto conformemente a quanto richiesto dallo standard internazionale definito dal GRI-G3 al fine di confermare l'impegno dell'azienda intrapreso nel corso degli anni in materia di Responsabilità Sociale d'Impresa. Nel presente documento sono tenuti in considerazione gli indicatori *core* e, in alcuni casi quelli *additional* più significativi. L'analisi evidenzia inoltre una copertura non ancora ottimale degli indicatori ambientali, che peraltro, tenuto conto dell'attività svolta dal Gruppo, dovrebbero concentrarsi sulla rendicontazione delle emissioni. In questo senso il Gruppo stesso, dopo la riorganizzazione, sta ridefinendo le proprie politiche ambientali e per i futuri Bilanci si riscontrerà una maggiore copertura degli indicatori connessi. Di seguito si riporta un prospetto di riconciliazione degli indicatori richiesti dallo standard rispetto al contenuto del documento.

GRI Content Index – indicatori e contenuti

Area	Contenuti	GRI	Pagina
Strategia e analisi	Lettera agli Stakeholder	1.1	2
	Principali impatti, rischi e opportunità	1.2	11
Profilo	Nome dell'organizzazione	2.1	10-15
	Principali prodotti/servizi	2.2	38
	Struttura operativa dell'organizzazione	2.3	14-15-16
	Localizzazione della sede principale dell'organizzazione	2.4	15
	Paesi in cui l'organizzazione opera	2.5	10-37
	Assetto societario e forma legale	2.6	15-16
	Mercati serviti	2.7	37
	Dimensioni dell'organizzazione	2.8	13
	Cambiamenti significativi durante il periodo di rendicontazione	2.9	Non sono stati rilevati cambiamenti significativi
	Riconoscimenti/premi ricevuti	2.10	17-60-37-64
Parametri del report	Periodo di rendicontazione	3.1	4
	Data di pubblicazione del Bilancio più recente	3.2	5
	Periodicità di rendicontazione	3.3	4
	Contatti	3.4	80
	Processo per la definizione dei contenuti del bilancio	3.5	5
	Perimetro del report	3.6	4
	Dichiarazione di qualsiasi limitazione specifica dell'obiettivo o del perimetro del report	3.7	4-5-68
	Informazioni relative a joint venture, controllate o altre entità che possono influenzare significativamente la comparabilità tra periodi e/o organizzazioni	3.8	Non sono state rilevate informazioni relative ad enti che possano influenzare la comparabilità dei dati e delle informazioni
	Tecniche di misurazione dei dati e basi per i calcoli	3.9	4-5
	Spiegazione degli effetti di modifiche nei calcoli	3.10	4-5
Modifiche significative rispetto al precedente periodo di rendicontazione	3.11	4-5	

Area	Contenuti	GRI	Pagina
Parametri del report	Tabella GRI	3.12	69-70-71-72
	Assurance	3.13	78-79
Governance, impegni e coinvolgimento degli stakeholder	Struttura di governance	4.1	15
	Indicazione se il Presidente del più alto organo di governo ricopre anche un ruolo esecutivo	4.2	16
	Numero di componenti che sono indipendenti e/o non esecutivi	4.3	16
	Meccanismi a disposizione degli azionisti e dei dipendenti per fornire indicazioni al CdA	4.4	15
	Legame tra compensi dei componenti del più alto organo di governo e la performance dell'organizzazione	4.5	15
	Processi in essere presso il più alto organo di governo per garantire che non si verifichino conflitti di interesse	4.6	16
	Processi per la determinazione delle qualifiche e delle competenze dei componenti del più alto organo di governo	4.7	15-16-17
	Mission, valori, codici di condotta e principi	4.8	14
	Procedure del più alto organo di governo per controllare le modalità di identificazione e gestione delle performance economiche, ambientali e sociali dell'organizzazione	4.9	15-16-17
	Processo per la valutazione delle performance dei componenti del più alto organo di governo	4.10	16-27
	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	4.11	L'approccio prudenziale è illustrato nelle sezioni Ambiente e Fornitori
	Sottoscrizione di codici di condotta	4.12	15
	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali	4.13	67
	Elenco dei gruppi di stakeholder	4.14	19
	Principi per l'identificazione e la selezione dei principali stakeholder	4.15	19
Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	4.16	19	
Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder	4.17	19	

APPENDICI

Sintesi degli indicatori



Indicatori di performance	GRI	Pagina
Valore economico direttamente generato e distribuito	EC1	21-22-23
Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità per le attività dell'organizzazione dovuti ai cambiamenti climatici	EC2	11
Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico	EC3	31
Finanziamenti significativi ottenuti da enti governativi	EC4	Non sono stati registrati finanziamenti ricevuti dalla PA
Politiche, pratiche e percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative	EC6	15
Consumi energetici	EN3-EN4-EN5-EN6	58-59
Gestione rifiuti	EN22-EN24-EN26	59
Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale	EN28	59
Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipologie, tipo di contratto e distribuzione territoriale	LA1	25-26-27
Numero totale e tasso di turnover del personale, suddiviso per età, sesso e area geografica	LA2	27
Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	LA4	32
Percentuale dei lavoratori rappresentati nel Comitato per la salute e la sicurezza, composto dai rappresentanti della direzione e dei lavoratori, istituito al fine di far controllare e fornire consigli sui programmi per la tutela della salute e della sicurezza del lavoratore	LA6	33-34
Tasso d'infortuni sul lavoro, di malattie, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi	LA7	33-34
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	LA8	33-34
Ore medie di formazione annue per dipendente, suddiviso per categoria di lavoratori	LA10	L'indicatore è declinato parzialmente 29
Programmi per la gestione delle competenze e per promuovere una formazione/aggiornamento progressivo a sostegno dell'impiego continuativo dei dipendenti e per la gestione della fase finale delle proprie carriere	LA11	27-28-29
Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera	LA12	27-28

Indicatori di performance	GRI	Pagina
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	LA13	25-26-32
Rapporto dello stipendio base degli uomini rispetto a quello delle donne a parità di categoria	LA14	31
Diritti umani	HR1-HR2-HR3-HR4-HR5-HR6-HR7-HR8	18-24
Pratiche relative alla customer satisfaction, inclusi i risultati delle indagini volte alla sua misurazione	PR5	43-44-45
Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori	PR8	Non sono state rilevate violazioni di privacy
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 di attività, di operatività e di dismissione	SO1	Tutte le indicazioni sono presenti nel capitolo 8
Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anticorruzione dell'organizzazione	SO3	Il parametro è declinato parzialmente. È indicata la categoria di dipendenti che hanno ricevuto formazione sull'anticorruzione

APPENDICI

Sintesi degli indicatori



Appendici – Glossario

AA1000 standard

Lo standard AA1000 Assurance consente di valutare, attestare e rafforzare la credibilità e la qualità della rendicontazione di sostenibilità delle organizzazioni, inclusi i sottostanti processi, sistemi e competenze. Introdotto da AccountAbility, un'organizzazione che promuove la responsabilità per lo sviluppo sostenibile, verte su tre elementi chiave: reattività, completezza e concretezza.

Benchmark

Il benchmark è generalmente il punto di riferimento per una misurazione. È sovente utilizzato per la valutazione e il miglioramento di attività e processi aziendali.

Corporate Governance

L'OECD (si veda più avanti nel glossario) definisce Corporate Governance il sistema tramite il quale un'impresa (corporation) viene gestita e controllata. La struttura di Corporate Governance specifica la ripartizione dei diritti e delle responsabilità fra i diversi portatori di interesse quali il Board of Management, i manager, gli azionisti e altri stakeholder, e definisce le regole e le procedure del processo decisionale. Nel fare questo, fornisce anche la struttura che consente di fissare gli obiettivi aziendali, gli strumenti per raggiungerli e il sistema per monitorare la performance.

Dow Jones Sustainability Index

Lanciati nel 1999, i Dow Jones Sustainability Indexes sono i primi indici globali che tracciano la performance finanziaria delle principali aziende orientate alla sostenibilità nel mondo. Essi forniscono ai manager e ad altri stakeholder punti di riferimento attendibili ed oggettivi per la gestione della sostenibilità. Per ulteriori informazioni: www.sustainability-indexes.com.

Emissioni zero

L'espressione "emissioni zero" è utilizzata in riferimento a macchine, motori o altre fonti di energia che non emettono scarti, o emissioni tipiche della combustione, che inquinano l'ambiente o provocano cambiamenti climatici.

Energia sostenibile

L'energia sostenibile è un tipo di energia proveniente da fonti verdi o rinnovabili come quella solare, eolica, geotermica, da biomassa, idroelettrica ed oceanica acquistata per l'elettricità e l'illuminazione. Non comprende l'energia nucleare.

Engagement (aziendale)

Il termine inglese engagement fa riferimento al coinvolgimento affettivo, emozionale e cognitivo di una persona nei confronti del gruppo o dell'organizzazione per la quale lavora. Tale analisi porta le persone a impegnarsi a fondo sul lavoro e a incanalare con soddisfazione le proprie energie verso i risultati aziendali.

Filtri anti-particolato	I gas di scarico dei motori diesel contengono il particolato, composto da particelle solide e liquide disperse nell'atmosfera che sono dannose per la salute. La Commissione Europea ha fissato standard per i livelli di queste emissioni, che si possono ridurre significativamente con l'introduzione di un apposito filtro. I filtri anti-particolato consistono di un muro poroso che consente l'uscita dei gas di scarico ma ostruisce il passaggio alla maggior parte delle particelle di particolato.
FTE (Full time equivalent)	Il numero totale dei Full time equivalent di un'azienda si ottiene dividendo il numero totale delle ore lavorative a persona per il numero locale di ore contrattuali (ad esempio, 1 FTE + 2 part-time a 4 ore = 2 FTE). Il totale delle ore lavorative si basa sul totale delle ore calcolate individualmente, rettificata in base a straordinari, periodi di aspettativa o simili deviazioni.
Global Reporting Initiative (GRI)	Il GRI è un processo multi-stakeholder e un'istituzione indipendente la cui mission è sviluppare e divulgare linee guida globalmente applicabili per il reporting sulla sostenibilità, ad uso volontario da parte delle organizzazioni che rendicontano sulle dimensioni economiche, ambientali e sociali del proprio business. Nato nel 1997 e diventato indipendente nel 2002, il GRI è un centro ufficiale di collaborazione di UNEP (si veda più avanti nel glossario) e lavora con il Global Impact delle Nazioni Unite. Per maggiori informazioni: www.globalreporting.org
KPI (Key Performance Indicator)	I Key Performance Indicator (indicatori chiave di performance) sono parametri finanziari che aiutano le organizzazioni a definire e a misurare il progresso verso gli obiettivi prefissati.
International Organization for Standardization (ISO)	ISO è un network di istituti di standard nazionali provenienti da 146 Paesi che lavorano in partnership con organizzazioni internazionali, governi, industrie, aziende e rappresentanti dei consumatori. È la fonte degli standard ISO 9000 per la gestione della qualità, degli standard ISO 14000 per la gestione ambientale e di altri standard internazionali per imprese, governi e società. Per maggiori informazioni: www.iso.org
Investors in People	Creato nel 1990 da una collaborazione tra aziende leader e organizzazioni nazionali, lo standard Investors in People aiuta le imprese a migliorare le performance e realizzare gli obiettivi attraverso la gestione e lo sviluppo delle risorse umane. Per ulteriori informazioni: www.investorsinpeople.co.uk
ISO 9001 (gestione della qualità)	Gli standard ISO 9000 si applicano alle azioni di un'impresa volte a soddisfare le richieste dei clienti in termini di qualità e requisiti normativi applicabili allo scopo, contestualmente al raggiungimento di tali obiettivi, di aumentare la soddisfazione del cliente e realizzare continui miglioramenti delle proprie performance.
ISO 14001 (gestione ambientale)	ISO 14001 è uno standard internazionale per controllare gli aspetti correlati all'ambiente, minimizzando gli effetti dannosi in tal senso, e migliorare la performance ambientale.
OECD (Organization for Economic Co-Operation and Development)	L'Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD) comprende 30 Stati membri che condividono l'impegno verso un governo democratico e un'economia di mercato. Gli Stati membri - definiti talvolta Stati OECD - rappresentano i Paesi più sviluppati del mondo. Per maggiori informazioni: www.oecd.org
OHSAS 18001 (Salute e Sicurezza occupazionali)	OHSAS 18001 è lo standard che regola i sistemi di gestione relativi alla salute e sicurezza sul posto di lavoro. Ha lo scopo di aiutare le imprese a controllare i rischi a livello di salute e sicurezza ed è stato sviluppato in risposta alla forte richiesta di uno standard riconosciuto per la certificazione e la valutazione. Per maggiori informazioni: www.ohsas-18001-occupational-health-and-safety.com
On time (di consegna)	Consegna di una spedizione entro il limite temporale fissato per il servizio in questione.

SA8000 (Social Accountability)	SA8000 è uno standard fissato dall'organizzazione sui diritti umani Social Accountability International (SAI) per mantenere condizioni di lavoro giuste e accettabili attraverso l'intera catena di fornitura. Si basa sui criteri internazionali relativi alle condizioni di lavoro espressi dall'International Labour Organization, sulla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani dell'ONU e sulla Convenzione sui Diritti dei Minori. Riguarda il lavoro minorile, il lavoro forzato, la salute e sicurezza, la libertà di associazione ed il diritto alla contrattazione collettiva, la discriminazione, la disciplina, gli orari lavorativi, la remunerazione e i sistemi di gestione. Per ulteriori informazioni: www.sa-intl.org
Stakeholder	Con il termine stakeholder si individuano i soggetti "portatori di interesse" nei confronti di un'iniziativa economica, sia essa un'azienda o un progetto. Fanno, ad esempio, parte di questo insieme: i clienti, i fornitori, gli azionisti, i collaboratori, ma anche gruppi di interesse esterni, come i residenti di aree limitrofe all'azienda o gruppi di interesse locali.
Tariffe a forcella	Le tariffe a forcella, abrogate nel 2005, erano tariffe obbligatorie che prevedevano un minimo e un massimo nei cui limiti ciascun trasportatore poteva fissare il compenso per il servizio svolto per il trasporto di carichi completi.
Turnover volontario	Indica il numero di dipendenti TNT con contratto indeterminato (full-time o part-time) che ha rassegnato le dimissioni dall'azienda di propria volontà. Non include cassa integrazione, congedi, pensione o trasferimenti.
UNEP (United Nations Environmental Programme)	Lo United Nations Environment Programme (UNEP) è stato istituito nel 1972 come organismo istituzionale cui è attribuito il fine generale della tutela ambientale e dell'utilizzo sostenibile delle risorse naturali, nel quadro del complesso sistema organizzativo delle Nazioni Unite.
World Economic Forum	Il World Economic Forum è un'organizzazione internazionale indipendente impegnata a migliorare le condizioni del mondo. Fornisce ai leader mondiali un contesto di collaborazione per affrontare tematiche globali e coinvolgere i propri membri corporate sul tema della cittadinanza globale.

ATTESTAZIONE DI CONFORMITA'

Al Consiglio di Amministrazione di
TNT Global Express SpA

- 1 Abbiamo svolto alcune verifiche ed analisi di conformità sul Bilancio di Sostenibilità di TNT Express Italy relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2007 (di seguito il "Bilancio") effettuando le procedure di verifica sinteticamente descritte al paragrafo 3 della presente relazione.
- 2 Il nostro esame è stato condotto secondo i principi e le indicazioni contenute nell'"International Standard on Assurance Engagements 3000 (ISAE3000)" dell'International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) applicabili nella fattispecie. L'attività è stata svolta al fine di valutare, secondo i principi di un *limited assurance engagement*, l'affermazione del Consiglio di Amministrazione, riportata nel paragrafo "Metodologia e approccio", secondo cui il Bilancio è stato redatto con riferimento alle "Sustainability Reporting Guidelines" del GRI (Global Reporting Initiative) versione 3.0 livello di applicazione C+ e ai "Principi di redazione del Bilancio Sociale" del GBS (Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale) per il prospetto di determinazione e distribuzione del valore aggiunto. La responsabilità della predisposizione del Bilancio in accordo con le menzionate linee guida compete agli amministratori di TNT, mentre è nostra la responsabilità nell'attestare la conformità a detti principi.
- 3 Allo scopo di poter valutare l'affermazione del Consiglio di Amministrazione richiamata nel paragrafo 2, sono state svolte le seguenti procedure di verifica, così sinteticamente descritte:
 - verifica della rispondenza dei dati e delle informazioni di carattere economico-finanziario ai dati e alle informazioni riportate nel bilancio d'esercizio di TNT Global Express SpA al 31 dicembre 2007. Relativamente a tali dati e informazioni, nello svolgimento delle nostre verifiche abbiamo fatto riferimento alla relazione emessa dal Collegio Sindacale in data 14 Aprile 2008;
 - analisi delle modalità di rilevazione e gestione dei dati quantitativi e qualitativi tramite:
 - incontri e interviste con i delegati delle Direzioni di TNT Global Express SpA per ottenere una generale comprensione delle

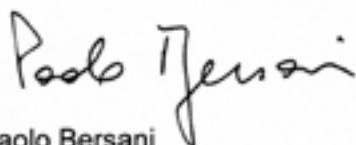
PricewaterhouseCoopers Advisory Srl

procedure che supportano la raccolta e la successiva gestione dei dati trasmessi alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio;

- verifica in sito presso l'hub di Piacenza e presso l'hub di Milano;
 - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio, per ottenere una conferma dell'attendibilità dei dati e delle informazioni acquisite attraverso gli incontri e le interviste e del loro corretto trattamento;
 - analisi della completezza e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio. Tale attività è stata svolta sulla base delle linee guida sopra menzionate;
 - ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di TNT Global Express SpA, sull'attendibilità e completezza del Bilancio, delle informazioni e dei dati in esso contenuti, nonché sulla conformità ai principi di redazione.
- 4 Per i risultati relativi alle verifiche di conformità effettuate sui dati e sulle informazioni dell'esercizio 2006 presenti nel Bilancio a fini comparativi, si rimanda alla relazione da noi emessa in data 23 luglio 2007 sul Bilancio di Sostenibilità 2006.
- 5 Sulla base delle procedure di verifica svolte, non siamo venuti a conoscenza di aspetti che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità al 31 dicembre 2007 di TNT Express Italy non sia conforme ai principi di redazione così come riportati nel paragrafo "Metodologia e approccio" dello stesso. Inoltre, i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario del Bilancio corrispondono a quelli riportati nel bilancio d'esercizio di TNT Global Express SpA e gli altri dati ed informazioni sono coerenti con la documentazione interna prodotta e resa disponibile.

Torino, 28 luglio 2008

PricewaterhouseCoopers Advisory Srl



Paolo Bersani
(Partner)

TNT Global Express S.p.A.

(Ragione sociale della Business 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 CF.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 & CSR

Progetto grafico e impaginazione

Grafica Editoriale s.a.s.

Carta Arcoprint - Cartiera Fedrigoni

Il documento è disponibile sul sito web <http://www.tnt.it>

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



TNT Global Express S.p.A.

Direzione Generale
Corso Lombardia, 63
10099 San Mauro Torinese (TO)
Tel. +39 011 22 26 111

www.tnt.it