Raport anual

2008

Cuprins

Cuvântul preşedintelui pag 3
Repere istorice pag 5
Comitetul director şi membrii consiliului de administrație pag 7
Piața serviciilor poştale în 2008 - context pag 9
Infrastructură pag 11
Activitatea operațională pag 15
Indicatori financiari pag 17
Studii de piață, rezultate pag 19
Activitatea comercială pag 24
Relațiile internaționale pag 32
Investiții şi proiecte în 2008 pag 34
Calitatea serviciilor poştale pag 36
Evenimentele anului 2008 pag 38
Perspective pentru anul 2009 pag 44

Misiunea noastră

Scopul nostru este acela de a oferi servicii performante în orice moment: de la simpla expediere a unei scrisori, până la furnizarea unor servicii moderne, bazate pe cele mai noi tehnologii.

Misiunea noastră: suntem alături de oameni de peste 150 de ani şi construim legături între ei, indiferent de locul în care aceştia trăiesc, lucrează sau spre care călătoresc.

Valori:

Valori fundamentale:
- Încredere
- Tradiție
- Siguranță
- Performanță

Valori de reprezentare:
- Acoperire națională
- Diversitatea serviciilor

Principiile care ne ghidează activitatea:

Integritate: acționăm în spiritul integrității şi onestității în tot ceea ce facem şi respectăm promisiunile făcute către noi înşine şi către clientii noştri.

Experiență: prin experienta acțiunilor trecute învățăm să ne cunoaştem mai bine. Activitatea noastră ne recomandă ca o companie de încredere şi întotdeauna aproape de clienți.

Respectul pentru clienți, colegi, parteneri, legislație şi mediu înconjurător reprezintă temeiul dezvoltării noastre.

Promptitudine: suntem mereu preocupați sa devenim eficienți, rapizi şi punctuali.

Rezultate: calitatea serviciilor noastre este garantată prin cele peste 7 000 de puncte de acces şi peste 35 000 de salariați poştali.

Cuvântul preşedintelui

Cuvântul preşedintelui

Poşta Română a traversat, pe parcursul îndelungatei sale istorii, perioade dificile, precum cea prilejuită de actualul context economic mondial. Caracterul peren, demonstrat prin depăşirea succesivă a condiționărilor, ne-a asigurat reputația de instituție reprezentativă a societății româneşti. Astfel, nouă salariaților, ne revine o imensă responsabilitate ce se reflectă în toate aspectele interacțiunii activităților economice şi sociale.

Emiterea, în octombrie 2008, a Hotărârii de Guvern privind măsurile de restructurare strategică a Companiei Naționale Poşta Română a demarat o serie de acțiuni ce vor produce efecte şi în anii următori.

Pentru Poşta Română, anul 2008 a fost un an al angajării investițiilor pe termen mediu şi lung. Cheltuielile cu titlul de investiții, cum sunt leasing-ul operațional pentru parcul auto sau leasing-ul pentru tehnică de calcul, vor rămâne constante, cu implicații financiare pentru următorii patru ani. De asemenea, achiziția unor servicii, cum ar fi transportul aerian, transportul de valori sau serviciile de mentenanță vor fi regăsite în bugetele de cheltuieli viitoare.

Din acest motiv, prioritățile pentru anul 2009 vor viza în primul rând asigurarea stabilității Companiei şi pregătirea condițiilor dezvoltării activității acesteia pentru momentul liberalizării totale a pieței serviciilor poştale. De aceea, investiții precum construirea centrelor de sortare automatizată şi dezvoltarea centrelor de poştă hibridă, ce vor duce la îmbunătățirea substanțială a calității serviciilor, rămân pe agenda de priorități a CN Poşta Română.

Compania deține o importantă resursă umană, față de care avem obligația menținerii locurilor de muncă şi, totodată, de a-i oferi condiții necesare obținerii performanțelor profesionale. În relațiile cu beneficiarii serviciilor noastre şi cu partenerii de afaceri trebuie să menținem aceeaşi atitudine cooperantă şi accesibilă, ce ne-a consacrat poziția dominantă pe piața serviciilor de profil din România.

Iată de ce este nevoie acum, mai mult ca niciodată, de mobilizarea energiilor salariaților Companiei Naționale Poşta Română, maximizând efectele potențialului oamenilor competenți şi dedicați profesiei. Aceasta este premisa prin care putem asigura succesul în fața evoluțiilor majore ce se produc pe piața serviciilor poştale şi în societatea românească.

Tudor Gabriel BOHÂLȚEANU
Preşedinte al Consiliului de Administrație
Director General al CN Poşta Română SA

Repere istorice

Repere istorice

1399 – “Hrisovul” emis de domnitorul Mircea cel Bătrân
La Giurgiu apare primul document privind existența serviciilor poştale pe teritoriul României.

1858 – “Cap de bour”
Pe teritoriul Moldovei se introduc timbrele poştale, fiind tipărite cu o presă manuală, bucată cu bucată, patru valori ale primei emisiuni.

1864 – Înființarea poştei moderne
Domnitorul Alexandru Ioan Cuza a unit serviciul poştal cu cel telegrafic, iar în 1893 a fost adăugat şi serviciul telefonic.

1865 – “Legea telegrafo-poştală”
Prima lege de organizare a ramurii de comunicații.

1874 – Uniunea Poştală Universală (UPU)
La Berna se desfaşoară primul Congres Poştal în cadrul căruia se creează Uniunea Poştală Universală, România fiind unul dintre cei 22 membri fondatori ai organizației.

1991 – Regia Autonomă Poşta Română
În iunie, prin Hotărârea de Guvern nr. 448/27 a fost înființată Regia Autonomă Poşta Română, iar serviciile poştale au devenit astfel autonome din punct de vedere financiar.

1992 – Programul de regionalizare
Primul pas spre descentralizare a fost susținut pe patru principii: al structurii organizaționale, al calității, economic şi internațional.

27 iunie 1996 – Legea serviciilor poştale
Poşta Română devine operator public național.

1998 – CN Poşta Română SA
Regia Autonomă Poşta Română a fost transformată în societate pe acțiuni, statut care este în vigoare şi în prezent.

2004 – Desemnarea ca furnizor de serviciu universal
CN Poşta Română a fost desemnată, pentru o perioadă de 5 ani, furnizor de serviciu universal în domeniul serviciilor poştale.

Comitetul director şi membrii consiliului

Comitetul director membrii consiliului

Comitetul director

Director General: Tudor Gabriel BOHÂLȚEANU
Director General Adjunct: Beatrice CONSTANTIN
Direcția Operațională: Director Victor ŞIMON
Direcția Comercială: Director Aurica POPA
Direcția Dezvoltare: Director Mihai CHEBAC
Direcția Managementul Calității: Director Cristian POPESCU
Direcția Juridică: Director Aurelia MĂLĂESCU
Direcția Resurse Umane: Director Marian LAZĂR
Direcția Economică: Director Victor Vasile FLOREA
Direcția Control: Director Victor ŞIMON
Director Adjunct Florica TOPCIAN
Direcția Relații Internaționale: Director Dinu POPA
Direcția Logistică: Director Adina VINTILĂ
Direcția Contencios şi Asistență Juridică Comercială: Director Raluca DUMITRU
Direcția Planificare Strategică: Director Ionuț Andrei DAMIAN
Direcția Audit: Director Violeta VASILACHE
Direcția Sucursale Specializate: Florinel VASILE

Membrii Consiliului de Administrație

Preşedinte
Tudor Gabriel BOHÂLȚEANU

Membrii
Romeo Marcel MEDAN
Cristina Iuliana ANTONIE
Irimie Gabriel BĂCĂINȚAN
Andrei SĂVULESCU
Alexandru IONESCU
Mirelle Carmen RĂDOI
Alina ANDRESCU
Alin Cristian VEȚELEANU

Piața serviciilor poștale în 2008 - context

Piața serviciilor poştale în 2008

Deosebit de atractivă datorită dinamicii ascendente manifestate pe parcursul ultimilor ani, alături de aderarea României în Uniunea Europeană (implicit dispariția barierelor şi a taxelor vamale) şi de liberalizarea pieței poştale în 2012, piața serviciilor poştale din România a devenit principala tință a marilor operatori poştali internaționali.

Din dorința de a deveni lideri pe piața de curierat din România, aceştia şi-au făcut simțită prezența, inițial prin alianțe cu jucători locali şi ulterior prin preluarea în totalitate a acestora.

Astfel, dacă anul 2007 ar putea fi asociat cu anul testării/studierii pieței de către marii operatori internaționali şi al repoziționării operatorilor locali, anul 2008 ar putea fi denumit “anul marilor achiziții”.

Ținând cont de mişcările importante manifestate pe piața serviciilor poştale, Poşta Română se confruntă cu o concurență acerbă pe toate segmentele majore acoperite de activitațile ei, şi în special pe piața serviciilor express.

Cu toate acestea Poşta Română deține peste 90% din piața, pe segmentul trimiterilor de corespondență, avaând dreptul exclusiv de a presta servicii poştale având ca obiect trimiteri de corespondență, indiferent dacă livrarea acesora este accelerată sau nu, şi a căror greutate este mai mică de 50g. Pe fondul unei piețe agresive, şi acționând în stânsă corelație cu reglementările legislative, Poşta Română a reuşit să înregistreze o creştere a veniturilor cu 35,89% comparativ cu anul precedent, bucurându-se în activitatea derulată de prezența aceloraşi clienți fideli.

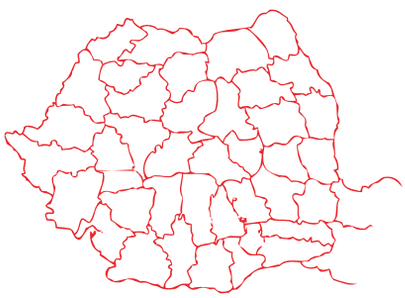
Privind piața serviciilor poştale în ansamblu, lupta pentru păstrarea clienților, respectiv câştigarea de noi clienți devine din ce în ce mai puternică. În acest sens Poşta Română face eforturi pentru a răspunde nevoilor clienților manifestate prin exigențe din ce în ce mai ridicate, atât în ceea ce priveşte calitatea serviciilor, rapiditatea şi siguranța livrării, posibilitățile de urmărire a trimiterilor, serviciile suplimentare asociate serviciilor poştale, cât şi flexibilitatea ofertelor şi garanțiile reale oferite.

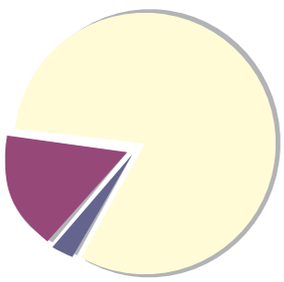
Orientarea către client, dezvoltarea unor pachete de servicii integrate, dezvoltarea de proiecte de new business development ce au la bază în principal utilizarea unor platforme web, precum şi îmbunătățirea permanentă a calității serviciilor prestate, sunt câteva dintre prioritățile strategice în dezvoltarea activității Poştei Române.

Infrastructură

Infrastructură

Având cea mai mare rețea de retail din țară în domeniul serviciilor poştale prin cele peste 7.000 locații, CN Poşta Română se regăseşte în toate cele 10 regiuni ale României (prin Direcții Regionale de Poştă) şi în toate cele 41 de județe (prin Structuri Județene).





Oficii poştale rurale	6.219
Oficii poştale urbane	846
Oficii curier rapid	45
Alte subunități poştale	13
TOTAL	7.123

Procesul continuu de modernizare prin care trece CN Poşta Română s-a materializat în dotări care asigură viteză şi eficiență serviciilor oferite. CN Poşta Română dispune de un număr de 786 de subunități incluse în rețeaua VPN (Virtual Privat Network), 347 de subunități informatizate prin Dial-up, 350 de subunități dotate cu monitoare de tip LCD, şi peste 2.884 de subunități dotate cu POS-uri, iar aceste cifre sunt în creştere.

DRP	Subunități VPN	Subunități DIAL UP	Subunități POS
Bucureşti	106	10	227
Ploieşti	75	55	231
Craiova	59	36	306
Timişoara	96	39	769
Cluj Napoca	95	44	100
Braşov	99	66	149
Bacău	43	28	204
Iaşi	70	25	476
Galați	46	15	133
Constanța	53	29	289
Sucursale specializate	44	1	
TOTAL	786	347	2.884

Sucursale specializate

Direcţia de Poşta Rapidă
Direcția de Poştă Rapidă este sucursala specializată de curierat rapid a Companiei Naționale Poşta Română, care beneficiază de o vastă rețea de puncte de lucru în teritoriu, parc auto şi personal propriu. Înființată ca urmare a dezvoltării unor relații de afaceri tot mai diverse şi intensificate între agenții economici, Direcția de Poştă Rapidă oferă, prin serviciile sale o alternativă la celelalte servicii asemănătoare, care funcționează pe piața internă şi externă, asigurând pe lângă eficiență, o politică a prețurilor adaptată economiei actuale. Resursele de care dispune sucursala, facilitează expediția, respectiv, recepția trimiterilor în timpi apreciați, atât de clienți, cât şi de concurență.

Fabrica de Timbre
Fabrica de Timbre este o tipografie cu vechi tradiții, înființată în anul 1872, care execută în prezent o gamă largă de produse la un înalt nivel calitativ, îmbinând toate genurile de tipar: offset, tipar adânc, tipar înalt. Tipografia este profilată în special în tipărirea produselor cu regim special, timbre, efecte poştale, acțiuni, certificate bancare, cecuri, diplome şi bilete destinate acțiunilor sportive şi culturale etc. În anul 2004 a început procesul de achiziționarea de instalații şi utilaje de ultimă generație, marca Heidelberg. Complet asistat de calculator, noul proces de imprimare va asigura rapiditate deosebită (15.000 coli/oră) şi o calitate de înalt nivel. El va permite programarea, standardizarea şi menținerea în aceeaşi parametri, în cazul comenzilor repetabile (etichete, timbre poştale, timbre fiscale, imprimate etc.), economisind substanțial timpul de lucru. Adăugând la acestea şi computerele performante de la DTP (Desktop Publishing) şi Prepress, instalațiile complet automatizate şi performante pentru realizarea filmelor şi plăcilor de aluminiu necesare imprimării, Fabrica de Timbre va reveni puternic în topul tipografiilor de înaltă performanță din România.

Casa de Expediţii
Casa de expediții este sucursala specializată a Poştei Române care oferă servicii integrate de marketing direct, vânzare prin poştă şi expediere de presă. Acțiunile întreprinse la nivelul anului 2008 de această sucursală au vizat în special creşterea portofoliului de clienți, construirea unor tarife accesibile pentru marii clienți, apropierea de parteneri prin găsirea celor mai convenabile soluții la aplicații, pentru realizarea campaniilor publicitare, prin discounturile acordate şi tarife specifice preferențiale, dezvoltarea relațiilor cu firmele concurente, ținta fiind creşterea numărului de utilizatori ai serviciilor de marketing direct, îmbunătățirea calității prestațiilor executate şi implicit satisfacția consumatorului de servicii.

Sucursale specializate

Direcţia Servicii Financiare
Direcția Servicii Financiare ca parte componentă a CNPR îşi desfăşoară activitatea în domeniul serviciilor financiare poştale: gestionarea conturilor de mandate şi a numerarului afarent, operațiuni financiare internaționale – Eurogiro, Western Union, mandate internaționale, revenindu-i rolul de centru de tranzit şi control, atât pentru serviciile financiare de tip clasic, cât şi pentru cele bazate pe noile tehnologii electronice.
Şi în anul 2008 a continuat extinderea informatizării oficiilor poştale, fapt ce a condus la creşterea numărului oficiilor care execută servicii financiare electronice.

Muzeul Naţional Filatelic
Muzeul Național Filatelic a fost inaugurat la începutul lunii octombrie, în timpul desfăşurării, la Bucureşti, a Congresului Uniunii Poştale Universale. În cele 3 săli de prezentare există expuse o parte a celor peste 11 milioane de timbre, constituind aproximativ 3 milioane de serii filatelice, unele unicate mondiale. Tot aici sunt expuse matrițele originale din oțel cu care s-au tipărit cele patru valori din prima emisiune Cap de Bour Moldova (1858) precum şi probe, machete, diverse stadii de realizare a timbrelor din anul 1872 până astăzi.
De asemenea, se pot admira diferite obiecte poştale datând din a doua jumătate a secolului al XIX -lea şi prima jumătate a secolului XX, ce ilustrează evoluția Poştei Române în acestă perioadă. Sunt prezentate tablouri vechi, tipărituri şi efecte poştale, mobilier din oficiile poştale, trăsuri de poştă, lăzi de valori.
Printre piesele reprezentative expuse se regăsesc costume de surugii, o ladă de valori metalică cu emblema Principatului Moldovei datând din 1840, documentele Congresului U.P.U. de la Viena (1891), cartea poştală din coajă de mesteacăn expediată în timpul bătăliei de la Mărăşeşti, din Primul Război Mondial, hărti poştale din 1849, respectiv 1873 şi o bibliografie cuprinzătoare (cărti, cataloage, articole etc.) despre istoria filatelică românească, precum şi diplome şi medalii obținute de Poşta Română de-a lungul anilor.

Activitatea operațională

Activitatea operațională

CN Poşta Română a cunoscut o dezvoltare în ceea ce priveşte serviciile oferite clienților, precum şi o extindere teritorială demne de menționat.

Continuând pe această linie a expansiunii, în anul 2008 au fost deschise noi oficii poştale în Spania şi italia. Această inițiativă a fost implementată ca urmare a numărului de români aflați în continuă creştere în țările menționate mai sus. În consecință au fost alese servicii precum prezentarea de colete poştale, plăți facturi şi transfer de bani.

În contextul îndeplinirii obligațiilor legate de accesul direct şi liberalizării pieței poştale, la nivelul Direcției Operaționale, în cursul anului 2008 au fost luate măsuri pentru îmbunătățirea ofertelor de servicii în ceea ce priveşte dezvoltarea serviciului de consignment.

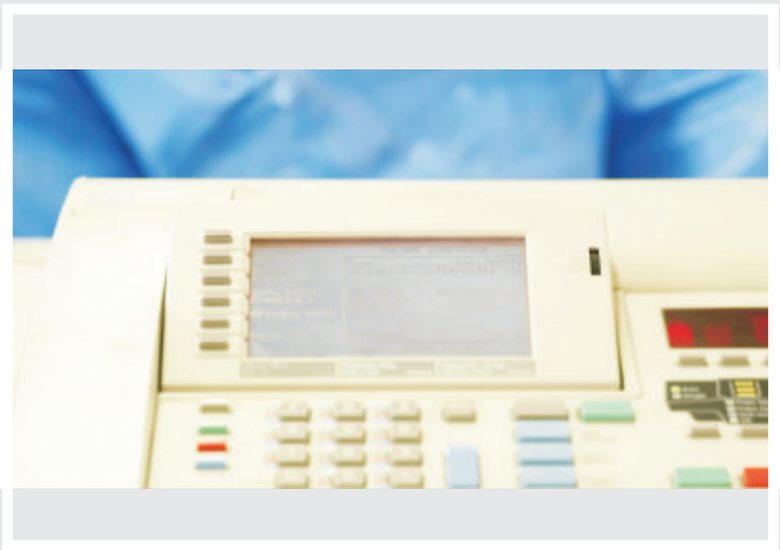
De asemenea, în anul 2008 o alta realizare a fost introducerea transportului aerian intern pentru trimiterile poştale prioritare interne şi internaționale urmărind atingerea obiectivului de calitate z+1, stabilit la nivel național. Astfel a devenit operațională platforma de schimb aerian constituită pe Aeroportul Internațional Aurel Vlaicu Bucureşti-Băneasa şi a fost implementat un nou plan de îndrumare ce a condus la îmbunătățirea substanțială a timpilor de circulație atât pe relația internă, cât şi pe relația bilaterală cu fiecare stat membru al Uniunii Europene.

Deosebit de importantă a fost şi reproiectarea modului de francare în sistem TP, prin simplificarea procedurii de acordare, prelungirea perioadei de acordare şi extinderea rețelei de puncte de acces, serviciul devenind astfel mult mai accesibil pentru clienți.

CN Poşta Română a surprins în anul 2008 prin implementarea serviciului Eurogiro cash internațional - un serviciu de plata cash semi-urgent în care beneficiarul îşi poate ridica suma trimisă după două zile lucrătoare de la data depunerii de la orice oficiu poştal informatizat, indiferent de localitatea de domiciliu, precum şi lansarea serviciului financiar internațional Eurogiro ramburs.

Printre alte proiecte reprezentative pentru anul 2008 se numără şi îmbunătățirea activității de încasare a tarifului de utilizare şi eliberare a rovinietelor matca-cupon.

Indicatori financiari



Indicatori financiari

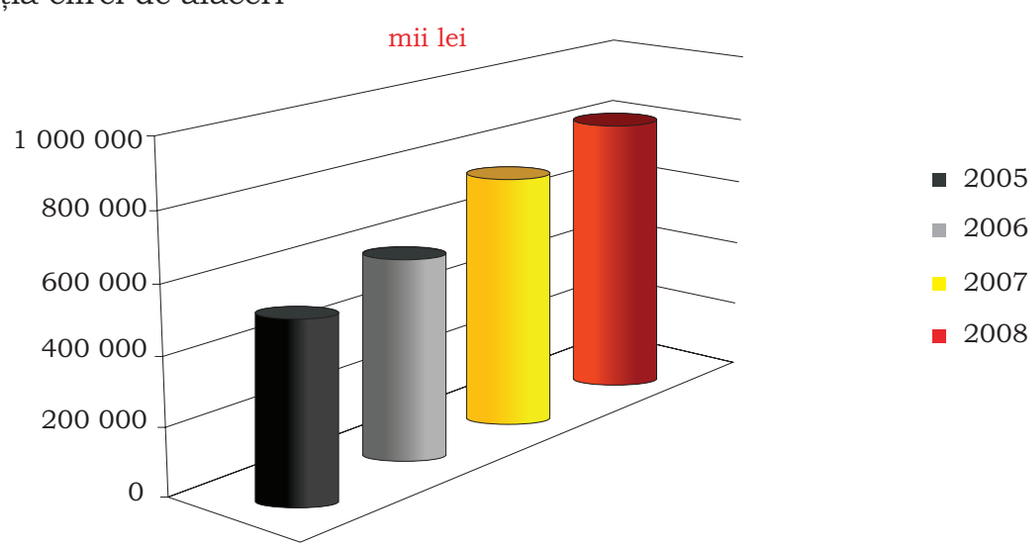
CN Poşta Română a încheiat anul 2008 cu un profit brut în valoare de 4.559 mii lei.

Principalii indicatori economico-financiari 2007-2008

	2007	2008	2007 /2008
	mii lei	mii lei	mii lei
Venituri totale, din care:	1.074.132	1.459.665	135,9
Venituri din exploatare	1.055.866	1.416.515	134,2
Venituri financiare	18.266	43.150	236,2
Cheltuieli totale, din care:	1.039.752	1.455.106	139,9
Cheltuieli exploatare	1.033.296	1.427.834	138,2
Cheltuieli financiare	6.456	27.272	422,4
Rezultatul brut, din care:	34.380	4.559	13,3
financiar	11.810	15.878	134,4

Menținerea evoluției pozitive în ultimii 4 ani indică faptul că CN Poşta Română oferă partenerilor săi siguranță din punct de vedere financiar

Evoluția cifrei de afaceri

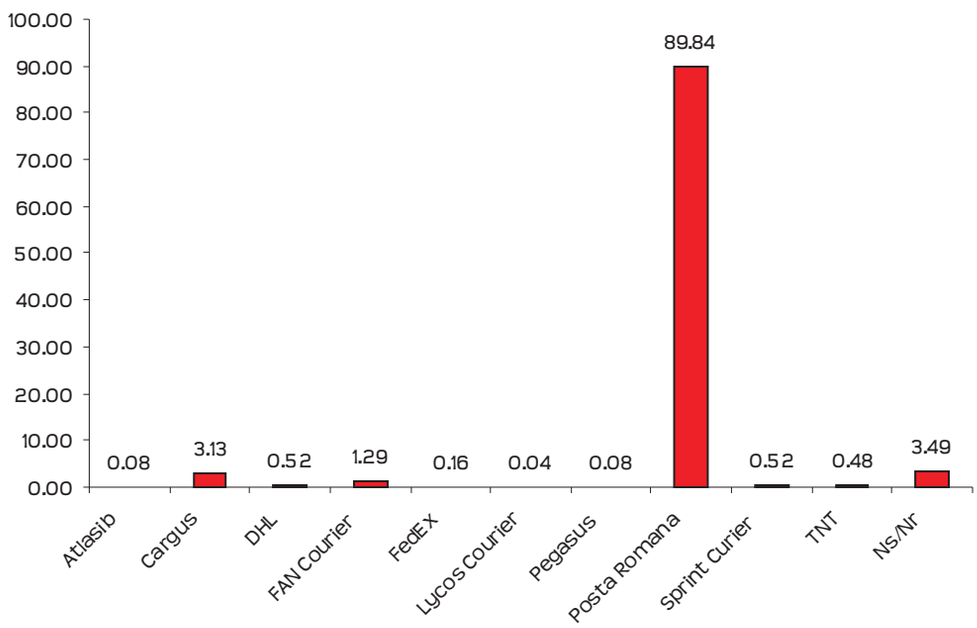


Studii de piață, rezultate

Studii de piață rezultate

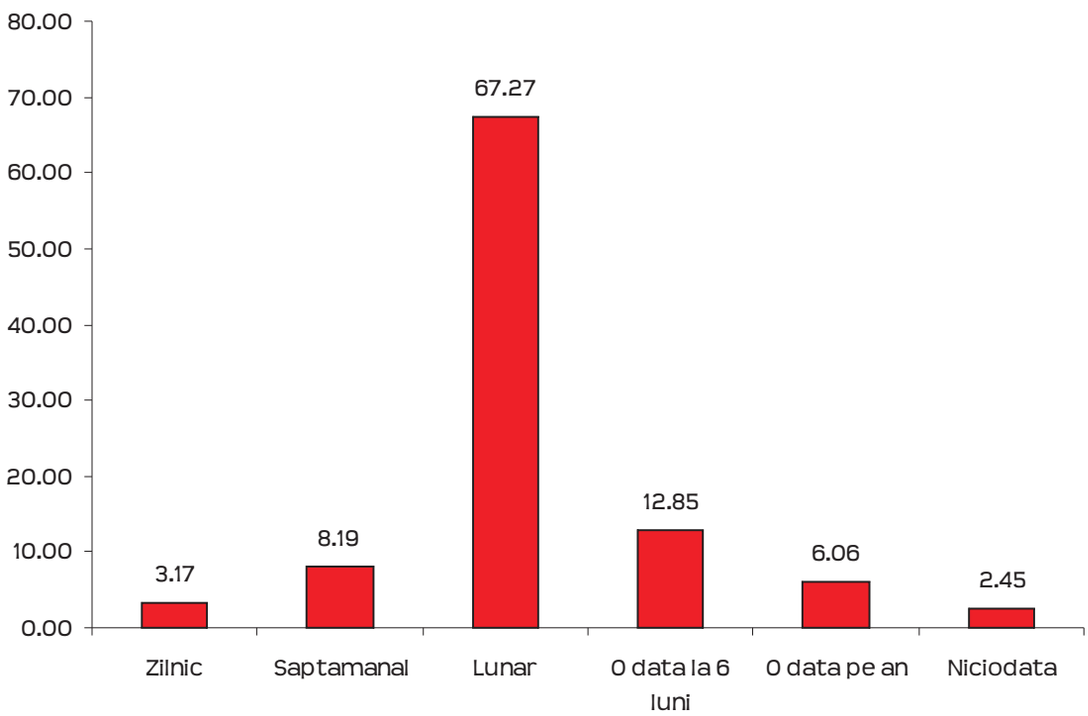
Conştientă de piata concurențială care se află într-un continuu proces de dezvoltare, Compania Națională Poşta Română şi-a dezvoltat forța de vânzare care a avut drept obiectiv strategic dezvoltarea sectorului serviciilor, astfel încât sa devină mult mai accesibile şi relevante pentru grupuri tot mai largi de consumatori.

Eforturile din 2008 au fost concentrate, pe de o parte, în sensul consolidării rezultatelor obținute în anii anteriori, iar pe de altă parte în scopul extinderii unor servicii destinate să răspundă rapid la schimbările permanente în raport cu cerințele pieței.
Opiniile referitoare la CN Poşta Română sunt mult mai cristalizate decât cele ale altor companii fapt care demonstrează că respondenții au o percepție mult mai bine conturată asupra imaginii companiei.



Studii de piață rezultate

Un alt aspect important îl reprezintă frecvența utilizării serviciile poştale. 67,27% dintre clienti CN Poşta Română folosesc lunar serviciile oferite de companie.

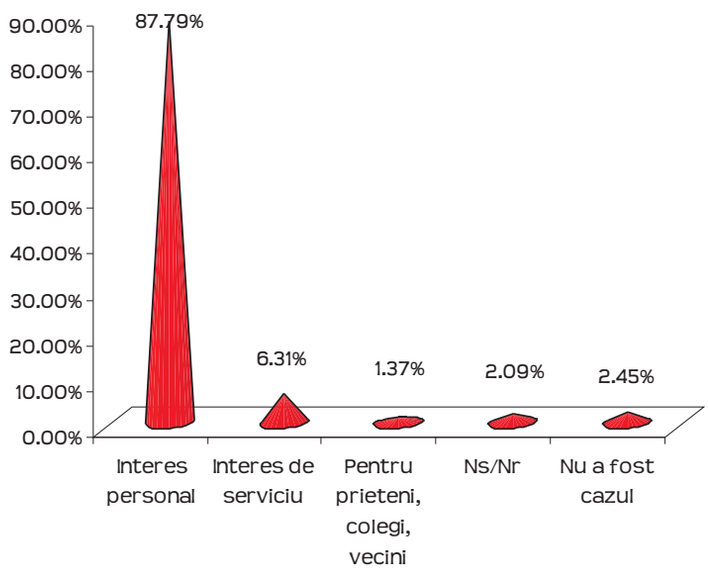


Calitatea serviciului poştal este o preocupare constantă a angajaților CN Poşta Română în vederea îndeplinirii misiunii sale permanente de distribuire a trimiterilor poştale la timp pe tot parcursul teritoriului național. Nevoia de calitate este o informație constantă în aprecierea satisfacției clienților nostri.

În plus față de standardele definite de legislația națională, CN Poşta Română admite ca există o serie de argumente comerciale pentru îmbunătățirea calității serviciului, cum ar fi activitatea competițională, liberalizarea, mijloacele de comunicații alternative şi creşterea cerințelor clienților.
Aceste aspecte au determinat Poşta Română să crească nivelul calitativ în tot ceea ce întreprinde.

Studii de piață
rezultate

Respondenții care aleg în mod deliberat Poşta Română pot fi împărțiți în două categorii. Prima, care este şi cea mai importantă, e a celor care au motivații legate de utilitatea serviciilor oferite de companie. În rândul lor se numără cei care apreciază posibilitatea de a plăti facturile, gama variată de servicii sau dependența de aceste servicii, corespondența sau posibilitatea de a ridica/trimite scrisori, abonamentele la ziare, uşurința utilizării, prețul serviciilor sau posibilitatea de a transfera bani.
A doua categorie care se raportează proactiv la CN Poşta Română îi cuprinde pe cei care apreciază pentru o serie de atribute de brand plasate la nivel de imagine, respectiv „siguranță", „cea mai bună", „experiență", „de încredere", „serioasă", „eficientă", „rapidă" şi „cea mai cunoscută". Dar, cei mai mulți clienți ai Poştei Române aleg serviciile companiei în interes personal (87,79%).



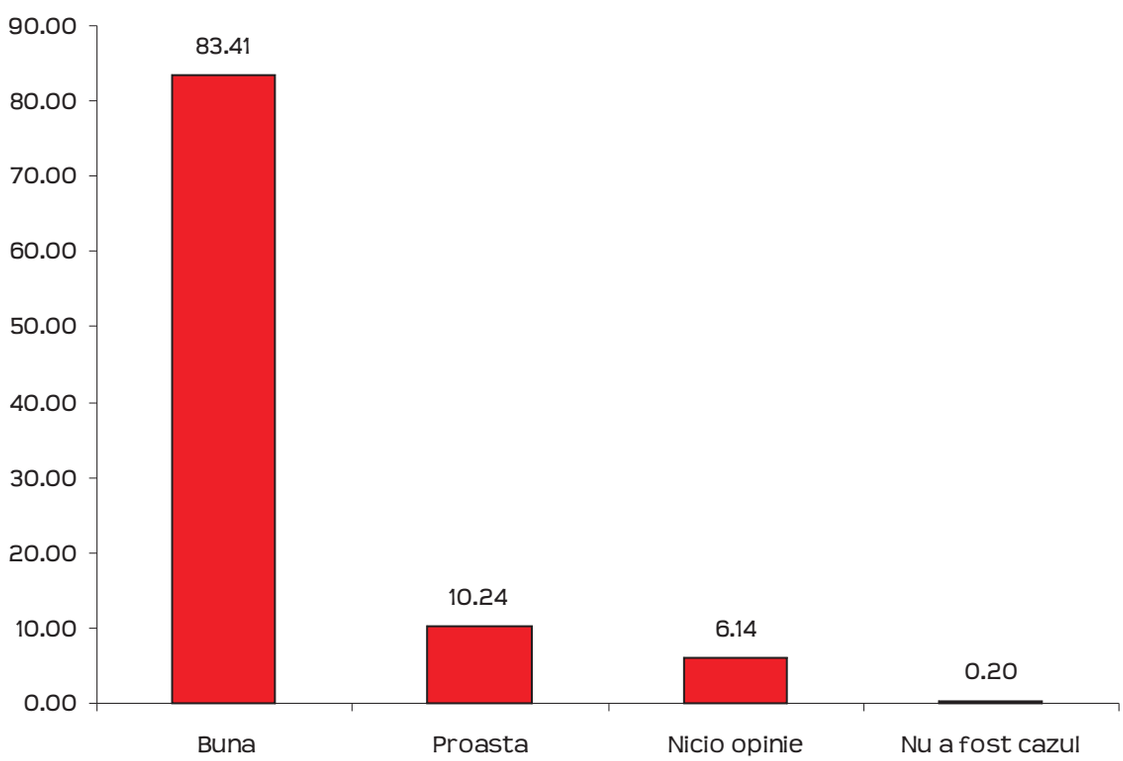
Aspectul companiei transpune în percepția consumatorului imaginea unei institutii sigure ale cărei servicii pot fi folosite cu încredere.
Această percepție este legată de faptul că vechimea companiei exprimă un grad ridicat de experiență, de însuşire a unor proceduri profesionale şi un timp îndelungat de relaționare cu proprii clienți.

Studii de piață
rezultate

Dar, având în vedere că piața concurențială se dezvoltă, strategia investițională pe anul 2008 a pus accentul şi pe crearea unor condiții corespunzătoare pentru desfăşurarea prestațiilor poştale şi realizarea unei imagini mai bune, prin asigurarea unor spații optime de muncă pentru salariați. Totodată, direcțiile de acțiune s-au concentrat spre:

- Realizarea unei structuri organizatorice flexibile care să satisfacă exigențele pieței serviciilor poştale europene şi mondiale, dependentă de succedarea etapelor de externalizare a unor activități
- Optimizarea structurii organizatorice la nivelul Administrației Centrale şi la nivelul Sucursalelor
- Îmbunătățirea actului managerial.

Luând în considerare toate aspectele prezentate anterior, 83.41% dintre clienții au o parere bună despre această companie, rezultat care răsplăteşte eforturile depuse de Poşta Română.



Activitatea comercială

Activitatea comercială

Servicii clasice

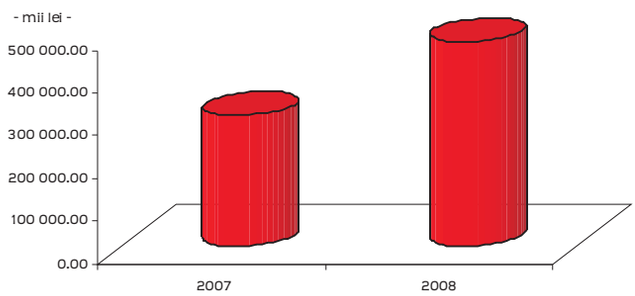
Corespondență

Trimiterile de corespondență sunt comunicări scrise, tipărite imprimate sau înregistrate pe orice fel de suport material care urmează să fie colectate, sortate, transportate şi livrate, altfel decât electronic, la adresa indicată de expeditor pe acest suport sau pe ambalajul acestuia.

Imprimate

Cărți, ziare, periodice, cataloage, hărți geografice, partituri musicale, reproduceri obținute pe hârtie, pe carton sau alte materiale, cu ajutorul unui procedeu tipografic, mechanic sau prin altă tehnică de multiplicare, care au caracter de informare generală, executate în mai multe exemplare identice.

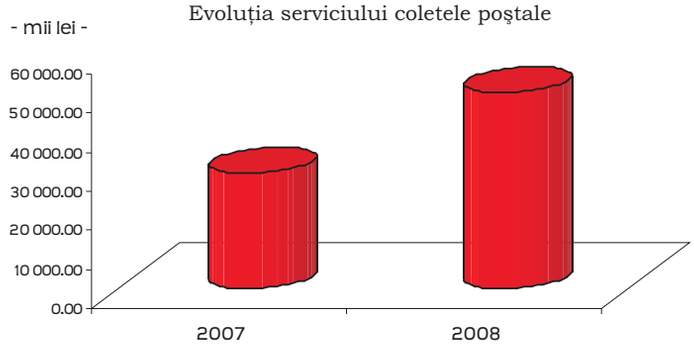
Evoluția serviciului corespondență şi imprimate



Colete poştale

Trimiteri poştale cu greutatea maximă 50 kg, altele decât trimiterile de corespondență sau imprimate.

Evoluția serviciului coletele poştale



Activitatea comercială

Servicii rapide interne

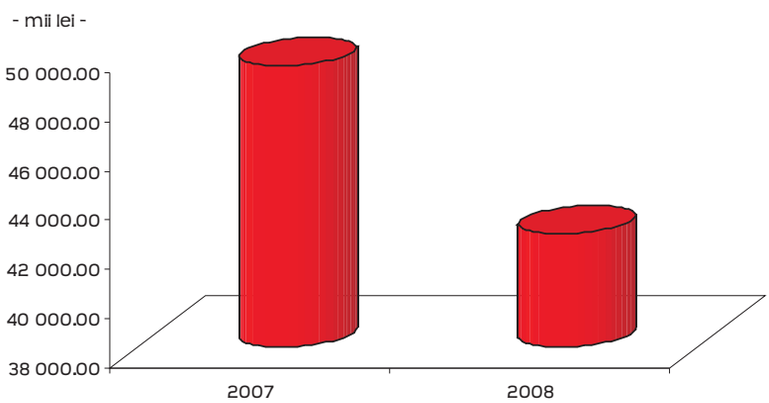
Prioripost
Este serviciul care permite expedierea în țară de documente şi mărfuri prin intermediul scrisorilor şi coletelor, ce beneficiază de prioritate în transport, prelucrare şi distribuire pe întreg traseul.

Prioripost cu valoare declarată fixă
Prin acest serviciu se pot expedia documente financiar – contabile. Serviciul se adresează în special agenților economici, care pot expedia bilanțuri contabile şi alte documente cu caracter financiar sau fiscal.

Prioripost facturi
Acest serviciu asigură preluarea, transportul şi distribuirea printr-o rețea rapidă a trimiterilor care conțin facturi fiscale sau a trimiterilor Prioripost însoțite de facturi fiscale, şi înapoierea la expeditor a notei de inventar semnată la distribuire.

Ultrapost
Este un serviciu de curierat intern care implică un sistem rapid de prelucrare, transport şi distribuire a trimterilor poştale.

Evoluția serviciului de curierat intern



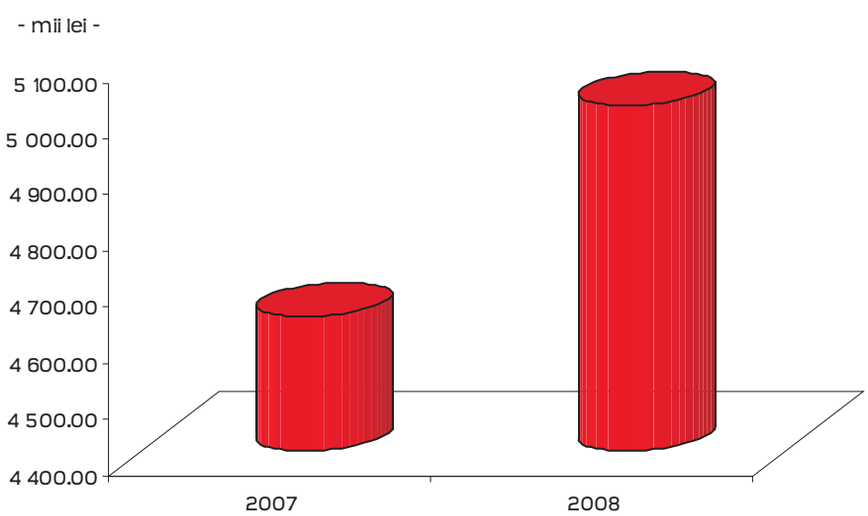
Activitatea comercială

Servicii rapide internaționale

EMS
Constă în colectarea, transmiterea şi distribuirea, în termene foarte scurte, a documentelor şi mărfurilor. Îndrumarea acestor trimiteri se face prin mijloace de transport prestabilite, care să asigure rapiditate şi control pe tot parcursul trimiterii poştale.

Skypak
Este un produs de curierat rapid internațional, creat printr-un parteneriat între CN Poşta Română şi TNT România. Printr-un singur apel telefonic se asigură preluarea trimiterilor de la domiciliul/sediul clienților şi expedierea la destinație.

Evoluția serviciului de curierat internațional



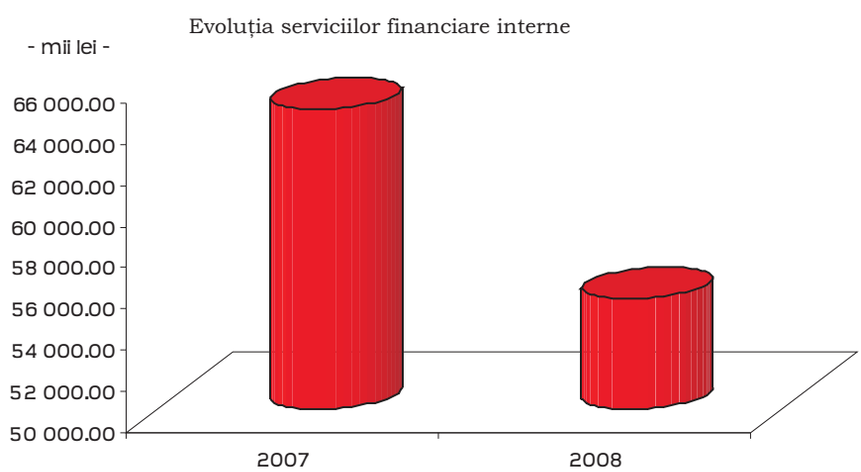
Activitatea comercială

Servicii financiare interne

Mandat poştal intern
Asigură, prin intermediul tuturor subunităţilor poştale (oficii poştale, ghişee postale, agenţii poştale sau factori rurali), remiterea la destinaţie a sumelor de bani încredinţate de expeditori. Nu există limită pentru sumele care se admit a fi expediate prin mandate poştale interne.

E-Mandat
Asigură transmiterea rapidă a unor sume nelimitate de bani, având ca suport un sistem informatic. Serviciul E- Mandat scade timpul de expediere la mai putin de 24 de ore. Atât transmiterea, cât şi achitarea se realizează în toată ţara, la orice adresă. Sumele de bani ce se pot expedia prin mandate electronice sunt nelimitate, iar banii sunt achitaţi direct la domiciliul destinatarului, cu excepţia cazului în care expeditorul alege opţiunea Post Restant.

Mandat On-Line
Permite transferul intern de bani în doar câteva minute, folosind un sistem informatic modern şi sigur. Este disponibil, atât pentru persoane fizice, cât şi juridice, sumele transmise în lei nefiind limitate. Presupune o înţelegere prealabilă între expeditor şi destinatar deoarece, pentru a intra în posesia banilor, destinatarul trebuie să cunoască următoarele informaţii: oficiul poştal de la care trebuie să ridice banii, localitatea din care au fost trimişi şi suma exactă.



Activitatea comercială

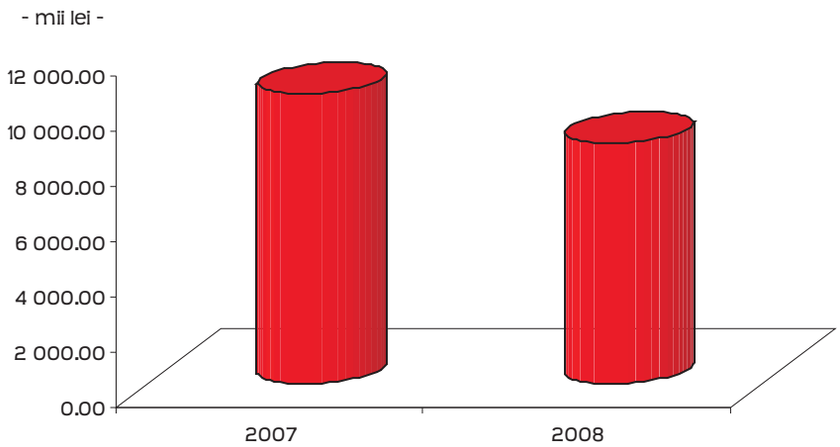
Servicii financiare internaționale

Mandat poştal internațional
Oferă clienților posibilitatea să primească şi să trimită bani din şi în țările cu care CN Poşta Română are încheiate contracte bilaterale. Limita maximă pentru un mandat se stabileşte în funcție de țara de destinație.

Eurogiro
Pune la dispoziția clienților un sistem modern şi rapid prin care se realizează transferuri de sume în/din străinătate, având ca suport tehnic o aplicație dedicată acestei activități, cu ajutorul căruia timpul de transmitere este considerabil micşorat față de sistemul clasic al mandatelor poştale internaționale.

Western Union
CN Poşta Română, prin Western Union, oferă cea mai rapidă modalitate de a primi bani din peste 190 de țări. Ca serviciu suplimentar, CN Poşta Română oferă în exclusivitate achitarea la domiciliu a sumei transmise prin sistemul de transfer rapid de bani Western Union. Serviciul de achitare la domiciliu acoperă întreaga suprafață a țării şi este disponibil la solicitarea expeditorului.

Evoluția serviciilor financiare internaționale



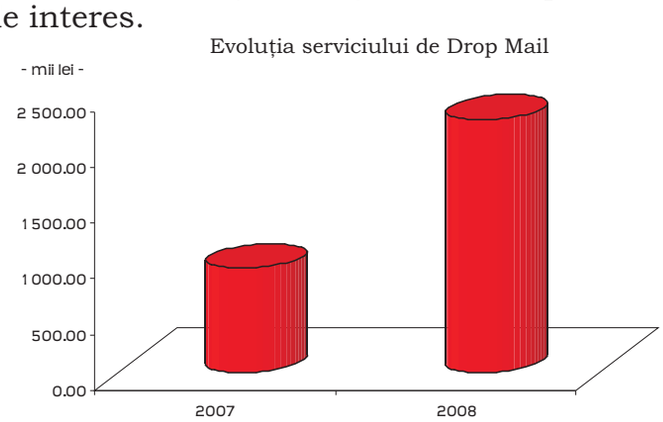
Activitatea comercială

Servicii de Direct Mail şi Drop Mail

Infadres (Direct Mail)
Este serviciul care asigură distribuirea trimiterilor de publicitate ce constau exclusiv în materiale de reclamă şi marketing, la adresa indicată de expeditor pe trimiterea în sine sau pe ambalajul acesteia. Conține mesaje identice, cu excepția numelui, adresei şi numărului de identificare al destinatarului, precum şi altor modificări care nu alterează natura mesajului.

Postmesager (Drop Mail)
Serviciul Postmesager permite expedierea de foi volante, broşuri, afişe, reclame, pliante, cataloage, în sistem neadresat, livrate conform opțiunii expeditorului (din casă în casă, la toate căsuțele poştale, la ghişeu etc.).

Postmesager Plus
Permite expedierea de foi volante, broşuri, afişe, reclame, pliante, cataloage neadresate către diferite sectoare de interes.

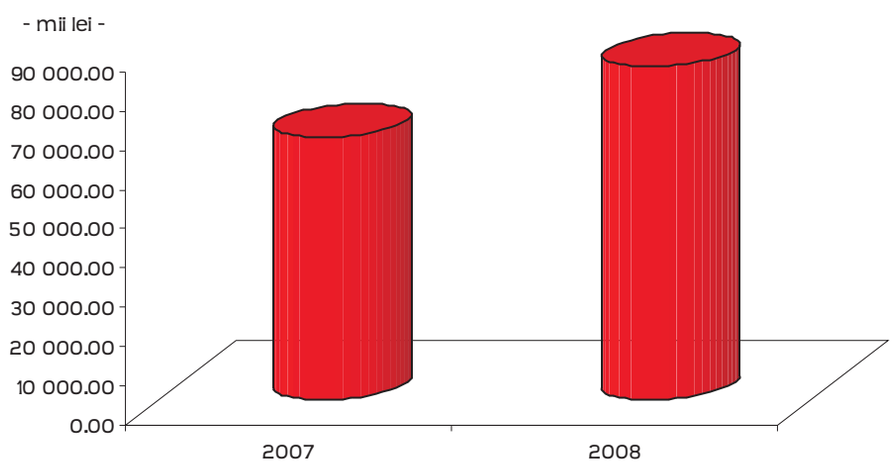


Activitatea comercială

Încasarea facturilor

CN Poşta Română oferă posibilitatea achitării diverselor facturi emise de urmatorii parteneri: Orange, Romtelecom, Zapp, Cosmote, E.ON Moldova, Electrica, RDS-RCS (Digi TV), Combridge (Eufonika), Avon, Enel Energie, CEZ, Oriflame, UPC.
De asemenea, se pot plăti rate pentru produsele contractate de la: Citifinancial, Credit Europe Bank, BRD Finance Credite de Consum, Credit Europe Bank Servicii Financiare, Cetelem, Credex, ABN AMRO Bank, Grupul Porsche România, GE Money, Garanti Bank, Millennium Bank.

Evoluția serviciului Cash Collection



Relații internaționale

Relații internaționale

EFIRO 2008

Prima Expoziție Mondială Filatelică organizată în România de către CN Poşta Română şi Federația Filatelică Română, sub patronajul Federației Internaționale de Filatelie şi sub Înaltul patronaj al Preşedinției României. Evenimentul a marcat împlinirea a 150 de ani de la apariția primelor timbre poştale româneşti, celebrele Cap de Bour. În cadrul expoziției au fost prezentate peste 830 de colecții filatelice aparținând unui număr de peste 650 de colecționari din 74 de state, reunind astfel cele mai valoroase timbre din lume. Printre piesele expuse se numără şi matrițele originale ale primelor timbre poştale româneşti Cap de Bour, ziarul ieşean „Zimbrul şi Vulturul" pe care sunt francate opt timbre Cap de Bour, cunoscut ca fiind cel mai scump ziar din lume, Penny Black - primul timbru poştal din lume, timbre din colecția Majestății Sale Regina Elisabeta a II-a a Marii Britanii sau celebra colecție braziliană de mărci poştale Ochi de Bour. Expoziția a fost vizitată de o serie de personalități printre care s-a aflat preşedintele României, Traian Băsescu, Excelența Sa Principele Radu Duda sau ambasadori străini acreditați la Bucureşti.

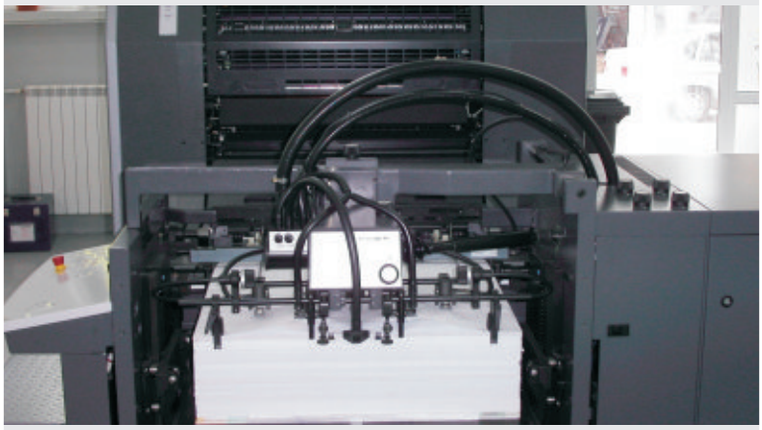
Poşta Română a asigurat participanților la Summitul NATO servicii poştale

Înființarea unui oficiu poştal dedicat evenimentului la care au participat peste 50 de şefi de stat şi de guvern de către Direcția Regională de Poştă Bucureşti a reprezentat un bun prilej de promovare a Companiei. Ghişeul poştal plasat chiar la intrarea în Palatul Parlamentului a oferit participanților la Summit toată gama de servicii poştale.

Balcaniada Marşului Factorilor Poştali

Poşta Română organizează încă din anul 1977 competiția cu tradiția cea mai îndelungată din istoria Poştei Române, Marşul Factorilor Poştali. Evenimentul organizat în trei faze - județeană, regională şi națională – a devenit deja o tradiție şi, totodată, un prilej de comunicare în rândul poştaşilor amatori de competiții sportive. Faza națională a Marşului Factorilor Poştali din 2008 s-a desfăşurat, pe 13 iunie, în stațiunea Băile Felix (jud. Bihor). Câştigătorii locurilor întâi, la fete şi băieți, au fost Andreea Arsine (Botoşani) şi Constantin Brânză (Oneşti), ambii fiind la prima victorie în această competiție.
Ocupanții primelor cinci locuri la băieți şi câştigătoarele primelor trei locuri în competiția fetelor au participat la Balcaniada Factorilor Poştali, care a avut loc în luna august 2008, în România. Astfel, Poşta Română a devenit administrația poştală care a prilejuit comunicarea între poştaşii din Republica Moldova, Grecia, Turcia, Muntenegru, Macedonia, Albania, Bulgaria şi Serbia. Competiția a fost găzduită de Muzeul Civilizației Populare Tradiționale din Dumbrava Sibiului. Reprezentanții României au obținut locurile fruntaşe. Andreea Arsine, Constantin Brânză şi echipa de fete au terminat pe primul loc, în vreme ce Leontina Pop şi echipa de băieți au luat bronzul.

Investiții şi proiecte



Investiţii şi proiecte

Strategia investiţională a CN Poşta Română a urmărit cu precădere crearea unor condiţii corespunzătoare pentru desfăşurarea prestaţiilor poştale şi realizarea unei imagini mai bune prin asigurarea unor spaţii optime de muncă pentru salariaţi, constând în branşamente de gaz metan, montare de centrale termice cu gaz sau alţi combustibili lichizi, racorduri de apă, inlocuiri tâmplării exterioare cu profile PVC şi geamuri termopan, procurări de utilaje şi echipamente poştale.

O importantă realizare a anului 2008, din punct de vedere investiţional, a fost demararea lucrărilor pentru construirea Centrului Regional de Tranzit Bucureşti-Otopeni şi tehnologizarea Centrului Regional de Tranzit Cluj.
Scopul proiectului constă în automatizarea activităţii, îndeplinirea standardelor de calitate şi prelucrarea unor volume semnificative de trimitari în timp foarte scurt. Comisia a fost asistată în lucrările sale (în conformitate cu procedurile BERD) de specialişti ai consultantului DELOITTE, având ca bază de lucru specificaţiile şi procedurile BERD pentru licitaţii internaţionale.

Cea mai importantă realizare a anului 2008, a fost reprezentată de proiectul de înlocuire a parcului auto propriu cu maşini moderne care să permită scurtarea duratei de transport a trimiterilor poştale.

Propuneri investiţionale 2009
- continuarea proiectului investiţional de construire a noului Centru Automatizat de Sortare în Bucureşti şi echiparea centrului de sortare existent în Cluj Napoca;
- modernizarea şi amenajarea oficiilor poştale existente şi aducerea lor la un standard de dotare şi funcţionare cât mai ridicat;
- branşarea oficiilor poştale la reţelele de gaz metan, la reţelele de apă potabilă şi înlocuirea centralelor vechi cu altele moderne;
- construirea, modernizarea şi automatizarea Centralelor Regionale deTranzit, in vederea sporirii capacităţii de prelucrare a trimiterilor;
- includerea a cât mai multe oficii în sistemul informatizat;
- retehnologizarea întregului sistem poştal prin procurarea de echipamente şi utilaje;
- demararea proiectul de diminuare a riscurilor în cazul producerii calamităţilor naturale şi pregătirea pentru situaţii de urgenţă.

Calitatea serviciilor poştale

Calitatea serviciilor poştale

Calitatea serviciului poştal reprezintă o constantă a preociupărilor CN Poşta Română în ceea ce priveşte îndeplinirea misiunii sale permanente de a asigura distribuirea trimiterilor poştale, la timp, pe teritoriul național, precum şi de a satisface exigențele din ce în ce mai crescute ale clienților săi.
În vederea realizării dezideratelor legate de creşterea continuă a calității, CN Poşta Română a decis implementarea sistemului de management al calității în conformitate cu standardul SR EN ISO 9001:2008, un obiectiv important ce conferă încredere utilizatorilor în serviciile oferite devenind un factor decisiv de creştere a competitivității şi credibilității Companiei.
Pe parcusul anului 2008, CN Poşta Română a monitorizat timpii de circulație necesari distribuirii trimiterilor către destinatari. În acest scop CN Poşta Română are implementate şi derulează cosntant:
- monitorizarea timpului de circulație aferent traficului intern de corespondenşă prioritară în colaborare cu o firmă independentă; determinările statistice pentru această categorie de trimiteri s-au efectuat conform standardului SR EN 13850:2003;
- monitorizarea timpului de circulație prin intermediul aplicației Track&Trace pentru serviciul Prioripost;
- monitorizarea trimiterilor înregistrate incluse în sfera serviciului universal;
- monitorizare prin testul UPU continuu, care în anul 2008 s-a realizat în relația cu Brazilia, Israel, Moldova, Turcia şi Ucraina. La acest tip de monitorizare participă 95 de administrații poştale şi sunt testate 442 de relații. Acest test este principalul instrument de verificare a normei mondiale de calitate (z+5 - 65% din volumul trimiterilor);
- monitorizarea reclamațiilor aferente coletelor poştale internaționale prin aplicația Cricket, facilitând răspunsul între administrații poştale cu privire la reclamațiile clienților;
- monitorizarea prin testul UNEX a timpilor de circulație aferent trimiterilor de corespondență prioritară intracomunitară pe relațiile: Elveția, Germania, Danemarca, Spania, Franța, Marea Britania, Grecia, Italia, Portugalia, Cehia, Ungaria, Polonia, Bulgaria, Croația, Austria, Belgia, Cipru, Estonia, Finlanda, Irlanda, Islanda, Lituania, Luxemburg, Letonia, Malta, olanda, Norvegia, Suedia, Slovenia şi Slovacia.

Totodată pe parcursul anului 2008, experții PostEurop au verificat stadiul aplicării celor 4 proiecte implementate încă din anul 2007 şi care vizau îmbunătățirea timpului de circulație pe teritoriul național al trimiterilor poştale de corespondență prioritară sosite din țările Uniunii Europene. De o apreciere deosebită s-a bucurat Centrul Regional de Tranzit Bucureşti, experții PostEurop recomandând ca modelul de organizare să fie preluat şi implementat la toate celelalte centre de tranzit din țară, inclusiv în viitoarele centre de prelucrare automatizată.

Evenimentele anului 2008

Evenimentele anului 2008

Poşta Română a aderat la Carta Europeană a Siguranței Rutiere

În septembrie 2008, alături de alte companii şi instituții publice, Poşta Română devine semnatară a Cartei Europene a Siguranței Rutiere, scopul acestei acțiuni fiind reducerea numărului de victime ale accidentelor rutiere şi protejarea mediului înconjurător.

O asociere de succes cu Poliția Capitalei – Serviciul Prevenire

Pe parcursul anului 2008 au fost derulate o serie de acțiuni pentru susținerea unor evenimente ce au avut scopul de pregătire antiinfracțională a populației. Pentru implicarea Poştei Române în astfel de activități a primit distincția de "Cel mai bun partener 2008" din partea Poliției Capitalei. De altfel, acțiuni de instruire ai poştaşilor în scopul prevenirii criminalității s-au derulat în toată țara în baza unui protocol încheiat cu Ministerul de Interne şi Administrația Publică.

Concursul de design „Alege cutia poştală"

Poşta Română a organizat la începutul lunii aprilie 2008 concursul de creație „Alege cutia poştală", pentru selectarea unui nou design de cutie poştală stradală. Înlocuirea cutiilor poştale stradale din mediul urban se înscrie într-un proces de îmbunătățire a imaginii companiei, dar şi a calității serviciilor oferite de Poşta Română. În competiție s-au înscris peste 60 de participanți, care au trimis cele mai sofisticate modele de cutii poştale stradale, realizate după caracteristicile tehnice impuse. Desemnarea proiectului câştigător s-a derulat în două etape. Într-o prima fază, o comisie formată din specialişti ai Companiei a selectat şase lucrări finaliste în baza unor criterii atât de ordin estetic, cât şi tehnic. În cea de a doua fază, cele şase modele de cutii poştale au fost postate pe site-ul www.posta-romana.ro. Vizitatorii au declarat câştigător design-ul de cutie poştală propus de clujeanul Marius Sebastian.

Poştaşi pe motoscutere

Eveniment a fost organizat cu ocazia lansării programului pilot de dotare a factorilor poştali cu motoscutere. În acest scop, au fost achiziționate un număr de 36 de motoscutere pentru livrarea trimiterilor de poşta rapidă şi a trimiterilor poştale distribuite pe distanțe mai mari de zece km. Cele 36 de motoscutere au fost repartizate în Capitală şi în județul Cluj. Prin această achiziție s-a urmărit îmbunătățirea timpilor de circulație a corespondenței şi revitalizarea segmentului de curierat rapid la nivelul Companiei.

Evenimentele anului 2008

Expoziție de cutii poştale la standarde europene

9 octombrie a fost data la care Poşta Română a inițiat o campanie de informare a clienților săi privind necesitatea montării cutiilor poştale confecționate conform standardelor europene de calitate care conferă corespondenței un grad ridicat de siguranță. Debutul acestei campanii a fost marcat prin organizarea unei expoziții la sediul central al Poştei Române. Lansarea acestui apel către destinatarii trimiterilor poştale a fost inclus în strategia de îmbunătățire a calității serviciilor poştale şi garantarea predării corespondenței în bune condiții. Expoziția a fost organizată în colaborare cu producătorii şi comercianții de cutii poştale, individuale şi colective, cu respectarea standardelor europene. Evenimentul a fost mediatizat în presa centrală şi cea locală, fapt care a atras atenția marilor dezvoltatori imobiliari, dar şi a asociațiilor de locatari interesate să achiziționeze noile modele de cutii poştale.

Deschiderea unor noi subunități poştale

Un eveniment important pentru Poşta Română l-a reprezentat extinderea serviciilor poştale în afara granițelor țării. În luna octombrie 2008 au fost deschise şase subunități poştale în Spania, în oraşele: Castellon, Valencia, Barcelona, Madrid, Coslada şi Malaga.
În scopul promovării deschiderii noilor subunități poştale, au fost organizate în paralel, în România festivități de deschidere oficială cu participarea clienților şi autorităților locale. O contribuție deosebită în organizarea unor astfel de evenimente a avut-o fiecare direcție regională de poştă în parte.

Concursul epistolar

Poşta Română, în colaborare cu Ministerul Educației Cercetării şi Inovării organizează anual, din anul 1991, un concurs epistolar dedicat elevilor cu vârsta de până la 15 ani. Tema este stabilită anual de către Uniunea Poştală Universală. Concursul se desfăşoară în patru etape: județeană, regională, națională şi internațională. La 9 octombrie 2007, Ziua Mondială a Poştei, a fost lansat concursul epistolar cu tema „De ce are lumea nevoie de toleranță”, care şi-a desemnat câştigătorul ediției naționale în luna aprilie 2008. Epistola Claudiei Goina, elevă în clasa a VI-a la Liceului Pedagogic „Carmen Sylva”, tradusă în limba engleză, a participat la etapa internațională a competiției şi a reuşit să ocupe, în premieră pentru un concurent din România, locul al V-lea în clasamentul mondial.

Evenimentele anului 2008

O scrisoare completată corect va ajunge întotdeauna la destinație

Copiii braşoveni au participat în octombrie sub coordonarea Direcției Regionale de Poştă la concursul de completare corectă a adreselor expeditorului şi destinatarului pe un plic poştal. Copiii au fost îndrumați să caute codurile poştale în nomenclatoare. Concursul a urmărit promovarea în rândul copiilor a corespondenței tradiționale.

Zilele porților deschise la Muzeul Național Filatelic

În perioada 15-19 octombrie 2008 a avut loc evenimentul „Zilele porților deschise la Muzeul Național Filatelic", o manifestare dedicată copiilor din Bucureşti. Acțiunea, organizată anual, din 2005, are menirea de a familiariza elevii claselor I-VIII cu lumea timbrelor, a scrisorilor şi a altor mijloace de comunicare prin poştă. Intrarea este gratuită pentru elevi şi profesorii însoțitori.

Concursuri de desen

Poşta Română a continuat tradiția organizării concursurilor de desen la care participă, anual, mii de copii din întreaga țară. Au fost organizate trei astfel de concursuri. Câştigătorii concursului de desen „Vestea învierii" au fost premiați în preajma sărbătorilor pascale. Pe data de 1 Iunie, ziua celor mici, au fost premiați câştigătorii concursului de desen „Călătorie în lumea timbrelor", iar în luna decembrie au fost acordate premiile pentru cei mai buni pictori participanți la concursul „Acasă la Moş Crăciun".

Colaborare cu Direcția de Protecție a Copilului

Serbarea pentru Moş Crăciun organizată la sediul central al Poştei Române a fost un bun prilej de a continua colaborarea cu Direcția de Protecție a Copilului din sectorul 6 al Capitalei. Corul „Nostalgia", compus din copii din centrele de plasament, alături de grupul de balet al organizației „SOS Satele Copiilor" au oferit momente emoționante pentru copiii salariaților Poştei Române.

Cea mai lungă scrisoare adresată lui Moş Crăciun

În luna decembrie, Poşta Română a reuşit să intre în World Records Academy, după ce Direcția Regională de Poştă Braşov a organizat scrierea celei mai lungi scrisori către Moş Crăciun. Epistola, cu o lungime de 413.80 metri, a fost scrisă de 2.110 elevi braşoveni în doar opt zile. Copiii care au contribuit la scrierea acestei epistole record, au participat la o tombolă, în urma căreia doi dintre ei au câştigat o excursie la Rovaniemi, în Finlanda.

Evenimentele anului 2008

„Roze pentru poştărițe” – 1 Martie - 8 Martie

8 Martie a fost dedicat femeilor din Poşta Română. Mai mult de jumătate dintre salariații Poştei Române sunt femei. Ziarul Poştaşul a dedicat un număr al ziarului colegelor din Poştă. Mai mult de atât, reprezentanți ai departamentului Relații Publice au vizitat oficii poştale oferind flori colegelor în numele redacției. Acțiuni de omagiere a femeilor din Poşta Română au fost derulate şi în alte subunități poştale din țară.

Campanie internă de colectare de fonduri pentru poştaşii aflați în dificultate

Inundațiile din lunile iunie, iulie au afectat casele a peste 35 de poştaşi din județele Bacău, Suceava, Botoşani, Maramureş, Neamț şi Iaşi. La apelul departamentului Relații Publice, salariați ai Poştei Române din toată țara au donat sume diferite pentru ajutorarea colegilor afectați de ape. Cu sprijinul Federației Sindicatelor din Poştă şi Comunicații, fondurile au fost repartizate în funcție de pagubele suferite. Astfel de campanii de ajutorare au fost lansate de ziarul „Poştaşul” şi pentru colegii care au trecut prin perioade dificile cum ar fi: situații medicale, bunuri distruse de foc şi alte pierderi.

Ziarul “Poştaşul”

Pentru asigurarea comunicarii interne, departamentul Relații Publice a editat, în cursul anului 2008, 24 de numere ale publicației Poştaşul. Ziarul este o publicație internă, cu apariție bilunară, editată de Compania Națională Posta Romana S.A. si are 8 pagini format A3, cu paginile 1,4,5 şi 8 full color, fiind tipărit la Fabrica de Timbre. “Postasul” se adresează celor 35 de mii de angajați ai companiei, reprezentând principala sursă de informație din domeniul serviciilor poştale pentru mulți dintre abonații săi. Publicatia urmăreşte în principal o informare corectă şi continuă a angajaților Poştei Române cu privire la țintele pe care şi le propune managementul companiei şi la modalitățile prin care aceste obiective pot fi atinse.
Totodată, “Poştaşul” preia sugestiile şi nemulțumirile salariaților referitoare la diversele probleme apărute în timpul derulării activității de zi cu zi din teritoriu şi încearcă să le răspundă, în dorința de a îmbunătăți permanent comunicarea internă la nivelul companiei.

Evenimentele anului 2008

9 octombrie, Ziua Mondială a Poştei

Poşta Română a organizat pe data de 9 octombrie, de Ziua Mondială a Poştei, o serie de acțiuni menite să sărbătorească „poştaşul român”. A fost lansat noul concurs epistolar dedicat copiilor cu tema „O viață mai bună în condiții de muncă decente”. Afişe dedicate Zilei Mondiale a Poştei au fost expuse în oficii poştale, iar salariați care s-au remarcat prin fapte deosebite în activitatea profesională au fost recompensați la nivel central cu distincția “Poştaşul erou Ion B. Georgescu”. De asemenea, în toate direcțiile regionale au fost organizate festivități şi premiați salariați care au adus beneficii de imagine Poştei Române şi s-au remarcat în activitatea profesională. Ziua poştaşilor români a fost omagiată şi în cadrul unei emisiuni difuzată de Televiziunea Română.

Premii 2008

- Camera de Comerț şi Industrie a Municipiului Bucureşti a acordat Poştei Române locul I la categoria “Poşta, curierat, întreprinderi foarte mari”.
- Poşta Română intra în „România Top 100 companii” stabilit de prestigioasa publicație Piața Financiară.

Perspective pentru anul 2009

Perspective pentru anul 2009

- Intensificarea acțiunilor de implementare a noi servicii şi dezvoltarea celor existente care să conducă la rentabilizarea oficiilor poştale deschise în Spania şi Italia prin contractul de agenție.

- Intensificarea acțiunilor de promovare şi îmbunătățire a ofertelor de servicii în vederea dezvoltării serviciului acces direct şi consignment (colete poştale).

- Dată fiind tendința mondială de înlocuire a produselor tradiționale cu cele comerciale, se vor intensifica eforturile privind negocierea unor unor parteneriate cu alti operatori poştali din țări europene în vederea creării unor noi servicii şi rețele de distribuire a trimiterilor poştale către destinatari din România.

- Implementarea tuturor măsurilor necesare certificării ISO 9001:2000 pentru Managementul calității pentru serviciile de corespondență. Acest standard va creşte treptat calitatea serviciilor oferite prin responsabilizarea tuturor persoanelor implicate.

- Participarea în comisia de realizare şi implementare la nivel național (acolo unde este cazul) a proiectului : “Info Rural”. Se vor stabili în continuare detaliile tehnice privind ergonomia fiecărui spațiu, funcție de necesitățile fiecărei subunități poştale ce işi va desfaşura activitatea în locația respectivă.

- Lansarea serviciilor financiare internaționale Western Union prezentare în peste 200 de țări şi teritorii şi Valutrans pentru relația Italia-România.

- Dezvoltarea serviciului Prioritar - îmbunătățirea calității serviciului de corespondență va conduce la o creştere corespunzătoare a traficului de trimiteri prioritare.

- Optimizarea flotei de distribuire în mediul rural modernizarea vechiculelor utilizate în mediul rural - utilizarea pe scara largă a bicicletelor, scuterelor, maşinilor de mici dimensiuni.