



Compania Națională Poșta Română SA

Raport Anual

2009

Raport anual 2009

Cuprins

- 1. Repere ale istoriei poștale**
- 2. Misiunea, valorile companiei, resursele umane**
- 3. Cuvântul președintelui**
- 4. Piața serviciilor poștale**
- 5. Sucursale specializate**
- 6. Activitatea operațională**
- 7. Activitatea comercială**
- 8. Indicatori financiari**
- 9. Investiții și dezvoltare**
- 10. Sistemul de certificare a calității**
- 11. Evenimente în anul 2009**
- 12. Proiecte, perspective, obiective**

1. Repere ale istoriei poștale

1399 – "Hrisovul" emis de domnitorul Mircea cel Bătrân.

La Giurgiu apare primul document privind existența serviciilor poștale pe teritoriul României.

1858 – "Capul de bour"

Pe teritoriul Moldovei se introduc timbrele poștale, fiind tipărite cu o presă manuală, bucată cu bucată, patru valori ale primei emisiuni.



1864 – Înființarea poștei moderne

Domnitorul Alexandru Ioan Cuza a unit serviciul poștal cu cel telegrafic, iar în 1893 a fost adăugat și serviciul telefonic.

1865 – "Legea telegrafo-poștală"

Prima lege de organizare a ramurii de comunicații.

1874 – Uniunea Poștală Universală (UPU)

La Berna se desfășoară primul Congres Poștal în cadrul căruia se creează Uniunea Poștală Universală, România fiind unul dintre cei 22 de membri fondatori ai organizației.

1991 – Regia Autonomă Poșta Română

În iunie, prin Hotărârea de Guvern nr. 448/27 a fost înființată Regia Autonomă Poșta Română, iar serviciile poștale 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 și internațional.

27 iunie 1996 – Legea serviciilor poștale
Poșta Română devine operator public național.

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

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

2009 – A fost prelungită, până la data de 31 decembrie 2012, perioada de desemnare a CN Poșta Română SA ca furnizor de serviciu universal în domeniul serviciilor poștale, compania beneficiind de dreptul exclusiv de a presta servicii poștale având ca obiect trimiteri de corespondență, indiferent dacă livrarea acestora este accelerată sau nu, a căror greutate este mai mică de 50 g și al căror tarif este mai mic de 2 lei.

2. Misiune, valori, resurse umane

Misiune: Suntem alături de oameni de peste 150 de ani și construim legături între ei, indiferent de locul în care aceștia trăiesc, lucrează sau spre care călătoresc.

Valori fundamentale:

- Încredere
- Tradiție
- Siguranță
- Performanță

Valori de reprezentare:

- Acoperire națională
- Diversitatea serviciilor
- Profesionalism



Principiile care guvernează activitatea companiei:

Integritate: acționăm în spiritul integrității și onestității în tot ceea ce facem, suntem solidari cu acțiunile de creștere a valorilor companiei și respectăm promisiunile făcute către noi înșine și către clienții noștri.

Experiență: prin experiența acțiunilor trecute învățăm să ne cunoaștem mai bine; Activitatea noastră ne recomandă ca o companie de încredere și întotdeauna aproape de clienți.

Respect: respectul pentru clienți, colegi, parteneri, legislație și mediu înconjurător reprezintă temeiul dezvoltării noastre.

Promptitudine: atuurile performanțelor noastre constau în preocuparea constantă de a deveni mai eficienți, mai rapizi și mai punctuali.

Rezultate: căutăm în permanență să ridicăm calitatea serviciilor noastre la nivelul valorii celor peste 35000 de salariați poștali și al rețelei de peste 7000 de unități de care dispunem.

Resurse umane

Resursele umane au fost mereu atuul nostru principal. Oamenii constituie cea mai importantă resursă a CN Poșta Română SA și de aceea investim în dezvoltare și perfecționare continuă. Valorile umane sunt cheia succesului nostru.

Comunicarea deschisă este asigurată printr-un climat de lucru în care opiniile și inițiativa sunt încurajate și apreciate.

Standardele profesionale sunt păstrate și îmbunătățite prin perfecționarea profesională permanentă a angajaților.

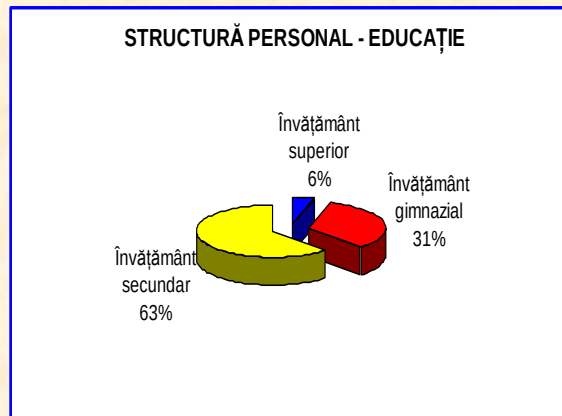
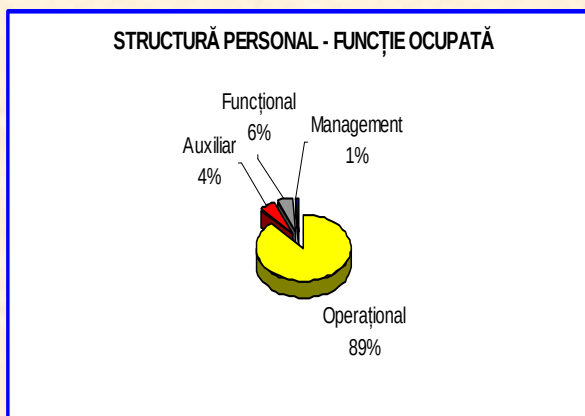
Orientarea spre client ne mobilizează mereu și ne ajută pentru a oferi soluții complete și eficiente.

În 2009 structura personalului a fost următoarea:

Număr efectiv de personal la 31-ianuarie-2009 : 35 928

Număr efectiv de personal la 31-decembrie-2009 : 36 004

Număr factori poștali : 11 376



3. Cuvântul președintelui

De la înființare și până în momentul de față, Compania Națională Poșta Română demonstrează că, indiferent de vicisitudinile vremurilor, a fost și este, după cum o spune și sloganul nostru, "parte din viața românilor". Acest lucru înseamnă responsabilitate și promptitudine față de rolul social și economic jucat de Poșta Română în societate, valori care nu au fost niciodată abandonate și care ghidează pe mai departe întreaga noastră activitate. Anul 2009 a reprezentat pentru companie un an pregătitor pentru importantul proces de reorganizare și restructurare în vederea eficientizării activității. Mai precis, este vorba despre o nouă etapă din viața Poștei, etapă care va aduce noi transformări pozitive, cu efecte pe termen mediu și lung.

Pe lângă eforturile de reeicientizare a activității, Poșta Română a reușit la sfârșitul anului trecut să-și mențină nivelul cifrei de afaceri, într-un an în care, deja, recesiunea economică de la nivelul pieței financiare internaționale se manifesta și în România. Astfel, într-un context economic devenit pas cu pas nefavorabil, am înțeles că este esențial să ne adaptăm nevoilor societății. Toate aceste capitole, asupra cărora am insistat pe tot parcursul anului 2009, vor încununa standardizarea serviciilor puse la dispoziție de Poșta Română clienților săi, odată cu obținerea certificatului de calitate ISO 9001.

Pe viitor, implementarea planurilor de dezvoltare și atingerea fiecărei ținte fixate nu pot fi posibile decât dispunând de o resursă umană extrem de bine pregătită profesional. Față de această componentă, managementul companiei are nu doar responsabilitatea menținerii locurilor de muncă ci și oferirea unui cadru din ce în ce mai bun de pregătire profesională. În acest sens, investiția în resursa umană ajută compania noastră să mențină un nivel înalt în relațiile de colaborare cu

noii parteneri de afaceri, dar și cu clienții noștri tradiționali. Acest lucru este cu atât mai important cu cât avem de-a face cu o economie națională aflată în căutarea soluțiilor de rezolvare a crizei financiare, dar și ca urmare a faptului că, din 2013, CN Poșta Română, blazon național de tradiție, va trebui să facă față cu brio procesului de liberalizare a pieței de profil.

Președinte CA și Director General CNPR

4. Piața serviciilor poștale

Analizând în ansamblu piața serviciilor poștale, pe întreg parcursul anului 2009, se remarcă faptul că eforturile pentru păstrarea clienților, respectiv câștigarea de noi clienți au fost din ce în ce mai mari. În acest sens, Poșta Română face eforturi



pentru a răspunde nevoilor clienților manifestate prin exigențe din ce în ce mai ridicate, atât în ceea ce privește calitatea serviciilor, rapiditatea și siguranța livrării, posibilitățile de urmărire a trimiterilor, serviciile suplimentare asociate serviciilor poștale, cât și flexibilitatea ofertelor și garanțiile oferite.

Orientarea spre client, dezvoltarea unor pachete de servicii integrate, inițierea de proiecte noi de *business development* ce au la bază în principal utilizarea platformelor web, precum și îmbunătățirea permanentă a calității serviciilor prestate, sunt câteva dintre prioritățile strategice în dezvoltarea activității Poștei Române.

Principalii factori care influențează cererea de servicii poștale sunt:

- factorii tehnologici asociați cu factorii socio-culturali (modele de comportament pe o anumită piață); creează în ultimul timp noi moduri de satisfacere a nevoilor clienților (Internetul înlocuiește din ce în ce mai mult expedierea de scrisori tradiționale, cardurile și bancomatele au devenit mult mai comode pentru utilizatori decât deplasarea la un oficiu poștal pentru plata utilităților, de exemplu).

Deși aparent factorii tehnologici reduc cererea de servicii poștale, aceștia au și rolul de a ajuta la dezvoltarea de noi produse și servicii poștale și atragerea de noi consumatori (pot sta la baza unor soluții de diversificare a ofertei, oglindindu-se direct sau indirect în evoluția pieței).

- factorii juridici: legislația privind protecția consumatorilor, legislația în domeniul poștal; fiind restrictive și impunând menținerea unor prestații costisitoare, acestea pot influența structura serviciilor poștale, limitând în anumite cazuri posibilitățile de personalizare;
- factorii de mediu economic și mediul de afaceri; aceștia influențează în mod direct cererea de servicii poștale, atât la nivel global cât și la nivel regional.

Serviciul universal în domeniul serviciilor poștale

Compania Națională Poșta Română SA are obligația de a furniza pe întreg teritoriul României următoarele servicii poștale din sfera serviciului universal, pentru o perioadă care se încheie la 31 decembrie 2012:

1. colectarea, sortarea, transportul și livrarea trimiterilor de corespondență, a imprimatelor interne și internaționale și a trimiterilor interne de publicitate prin poștă, în greutate de până la 2 kg (inclusiv);
2. colectarea, sortarea, transportul și livrarea coletelor poștale, interne și internaționale, în greutate de până la 10 kg (inclusiv);
3. distribuirea coletelor poștale cu limite de greutate între 10 kg și 20 kg (inclusiv) expediate din afara teritoriului României către o adresă aflată pe teritoriul acesteia;

4. serviciul de trimitere recomandată având ca obiect trimiterile poștale menționate la pct. 1, 2 și 3;

5. serviciul de trimitere cu valoare declarată având ca obiect trimiterile poștale menționate la pct. 1, 2 și 3.

De asemenea, CN Poșta Română beneficiază, până la data de 31 decembrie 2012, de dreptul exclusiv de a presta următoarele servicii poștale:

- a) colectarea, sortarea, transportul și livrarea trimiterilor de corespondență interne a căror greutate nu depășește 50 g și al căror tarif este mai mic de 2 lei;
- b) distribuirea trimiterilor de corespondență a căror greutate nu depășește 50 g, expediate din afara teritoriului României către o adresă aflată pe teritoriul acesteia.

5. Sucursale specializate

La nivelul anului 2009 o serie de prestații specifice ale Poștei Române au fost derulate prin intermediul sucursalelor sale specializate:

Direcția de Poștă Rapidă

Direcția de Poștă Rapidă, sucursala specializată de curierat rapid a CN Poșta Română, beneficiază de o importantă rețea de puncte de lucru în teritoriu, parc auto și personal propriu. Înființată ca urmare a dezvoltării unor relații de afaceri tot mai



diverse și intensificate între agenții economici, Direcția de Poștă Rapidă oferă, prin serviciile sale, o alternativă la celelalte servicii similare care funcționează pe piața internă și externă, asigurând pe lângă eficiență o politică a prețurilor adaptată economiei actuale. Resursele de care dispune sucursala facilitează expediția, respectiv recepția trimiterilor la parametrii competitivi și - mai ales - la un raport calitate/preț bine apreciat pe piață.

Direcția Servicii Financiare

Direcția Servicii Financiare, componentă specializată a Poștei Române, derulează o activitate centrată pe domeniul prestațiilor și produselor financiare.

Direcția Servicii Financiare oferă clienților săi, prin rețeaua de subunități poștale, servicii de transfer de bani intern și internațional (Eurogiro, Western Union), servicii financiar-bancare (Cardul prepaid MasterCard), precum și posibilitatea de a realiza plăți în numerar pentru o gamă deosebit de largă de furnizori de utilități și instituții financiar-bancare.

Totodată, Direcția Servicii Financiare îndeplinește rolul unui centru de tranzit și control, atât pentru serviciile financiare de tip clasic, cât și pentru cele bazate pe noile tehnologii.

Casa de Expediții

Casa de Expediții este sucursala Companiei Naționale Poșta Română specializată în servicii integrate de marketing direct, vânzare prin poștă și expediere de presă. Acțiunile întreprinse la nivelul anului 2009 de această sucursală au vizat în special creșterea portofoliului de clienți, configurarea unor oferte atractive pentru marii clienți și apropierea de parteneri prin propunerea celor mai convenabile soluții pentru realizarea campaniilor lor publicitare. Obiectivele principale ale Casei de Expediții au constat în creșterea numărului de utilizatori ai serviciilor de marketing direct oferite, îmbunătățirea calității prestațiilor și, implicit, în creșterea satisfacției partenerilor de afaceri.

Fabrica de Timbre

Fabrica de Timbre, tipografie cu vechi tradiții, înființată în anul 1872, execută 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 pe tipărirea produselor cu regim special: timbre, efecte poștale,

acțiuni, certificate bancare, cecuri, diplome, bilete destinate acțiunilor sportive și culturale etc. În anul 2004 a fost demarat un important proces de modernizare și re tehnologizare, prin achiziționare de instalații și utilaje specifice de tipografie, noi și performante. Complet asistat de calculator, noul proces de imprimare asigură o rapiditate deosebită (15 000 coli/oră) și o calitate de nivel înalt. Totodată, este asigurată programarea, standardizarea și menținerea în parametrii în cazul comenzilor repetabile (etichete, timbre poștale, timbre fiscale, imprimate etc.), economisindu-se substanțial timpul de lucru. Adăugându-se noilor dotări, computerele performante pentru DTP (Desktop Publishing) și Prepress și instalațiile automatizate pentru realizarea filmelor și a plăcilor din aluminiu necesare imprimării situează Fabrica de Timbre în grupul tipografiilor de înaltă performanță din România.

Muzeul Național Filatelic

Muzeul Național Filatelic a fost inaugurat la începutul lunii octombrie 2004, în timpul desfășurării, la București, a congresului Uniunii Poștale Universale. În cele 3 săli de prezentare sunt expuse o parte a celor peste 11.000.000 de timbre din patrimoniu, constituind aproximativ 3.000.000 de serii filatelice, unele având caracter de unicat mondial. Tot aici sunt expuse matrițele originale din oțel cu care s-au tipărit cele patru valori din prima emisiune Cap de Bour Moldova (1858), probe, machete și diverse exponate specifice legate de modul de realizare a timbrelor, din anul 1872 până astăzi. De asemenea, Muzeul Național Filatelic prezintă diferite obiecte poștale datând din a doua jumătate a secolului al XIX-lea și prima jumătate a secolului XX, ce ilustrează evoluția Poștei Române în această

perioadă. Printre acestea se află tablouri vechi, tipărituri și efecte poștale, mobilier din oficiile poștale, trăsurile de poștă, 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 UPU de la Viena (1891), cartea poștală din coajă de mesteacăn expediată în timpul bătăliei de la Mărășești, din Primul Război Mondial, hărți poștale din 1849, respectiv 1873 și o bibliografie cuprinzătoare (cărți, cataloage, articole etc.) despre istoria filatelică românească, precum și diplome și medalii obținute de CN Poșta Română de-a lungul anilor.

6. Activitatea operațională

Piața serviciilor poștale din România

Rețeaua teritorială a Poștei Române asigură accesul la serviciile companiei pentru cca. 15 milioane de clienți pe lună (aproximativ 30% din volumul total al prestațiilor derulate prin rețeaua poștală sunt realizate de persoane fizice și persoane juridice fără contract).



Rețeaua poștală a Companiei Naționale Poșta Română a deținut și deține în mod tradițional o poziție privilegiată pe piața operatorilor de servicii și a furnizorilor de produse, destinate atât populației cât și agenților economici și instituțiilor de orice tip.

Poșta Română deține astfel un rol deosebit de important pe piața tranzacțiilor derulate între agenții economici și persoanele fizice, rețeaua poștală având capacitatea să asigure o mare parte a cerințelor de comunicare, livrare de produse și mărfuri, transferuri de fonduri bănești etc. Pentru o mare masă a populației serviciile poștale reprezintă un mijloc de integrare socială și de promovare a accesului la informație și comerț.

Rețeaua națională de subunități

C.N. Poșta Română SA dispune de o rețea deosebit de extinsă de subunități poștale operaționale (în număr de peste 7.000), care acoperă

întreg teritoriul național. Prin intermediul acestei rețele este asigurat în primul rând serviciul poștal universal pentru toate localitățile țării, în conformitate cu reglementările interne și internaționale din domeniu.

Un număr de peste 30 000 de salariați poștali își desfășoară activitatea în cadrul acestor subunități operaționale, reprezentând o resursă umană impresionantă, pusă permanent la dispoziția clienților din întreaga țară.

Structura și evoluția în timp a rețelei de subunități poștale:

În perioada 2005 - 2009, CN Poșta Română nu a înregistrat o fluctuație a numărului de subunități poștale, numărul acestora plecând de la **7064** în anul **2005** și ajungând în **2009** la un număr de **7.060**, astfel prin menținerea numărului de subunități poștale s-a urmărit eficientizarea activității în cadrul companiei.

Subunitățile poștale operative se regăsesc pe întreg teritoriul țării și asigură prestarea întregului portofoliu de servicii al CNPR (poștale, financiare, bancare, de marketing direct, publicitate indoor, curier electronic, servicii comerciale, servicii pe bază de contracte și convenții etc.).

Subunitățile poștale operative sunt subordonate Oficiilor Județene de Poștă (OJP), respectiv Oficiilor Zonale de Sector (OZS) în cazul subunităților poștale din Municipiul București.

Situație Oficii VPN/ADSL

CN Poșta Română deține în prezent o rețea informatizată grupată în două categorii: Virtual Private Network (VPN) și Dial-UP (ADSL). Informatizarea reprezintă un obiectiv strategic al companiei, permițând efectuarea de operațiuni în condiții optime de siguranță, fiind utilizate sisteme informatice securizate și rețele private de comunicații.

Direcția Regională	Oficii VPN	Oficii ADSL
București	103	-
Brașov	75	67
Bacău	29	28
Craiova	42	35
Constanta	40	29
Cluj	71	44
Timișoara	77	37
Iași	49	25
Galați	34	15
Ploiești	53	38
Total	573	318

7. Activitatea comercială

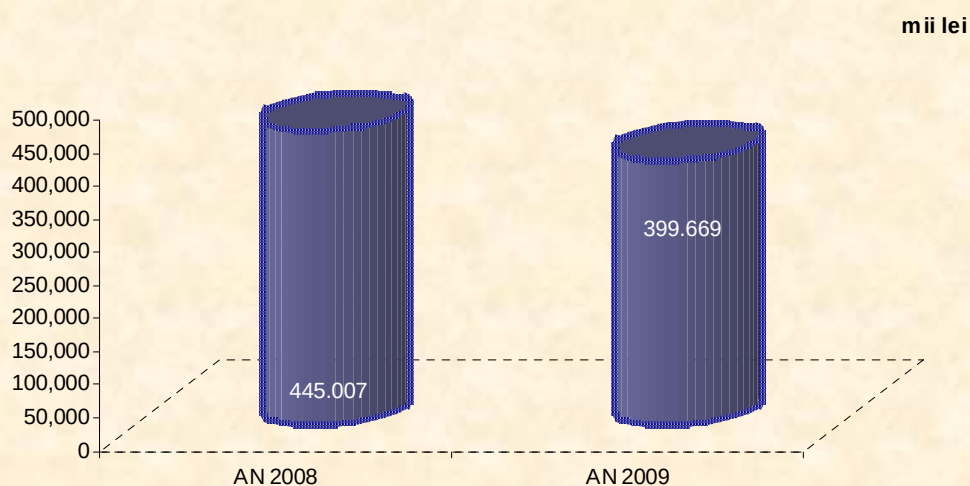
CORESPONDENȚĂ INTERNĂ ȘI INTERNAȚIONALĂ

Comunicare scrisă tipărită, imprimată sau înregistrată pe suport material, care urmează să fie transportată și livrată - altfel decât electronic - la adresa indicată de expeditor pe acest suport sau pe ambalajul acestuia.

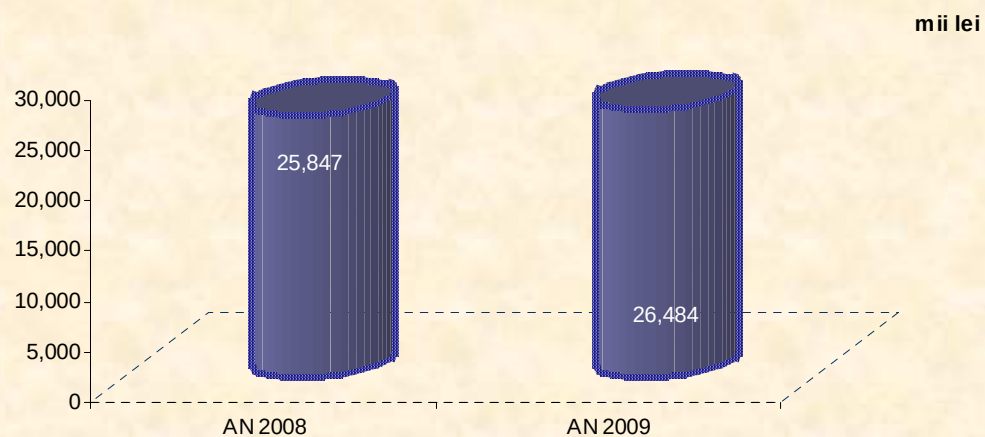


Din această categorie fac parte: scrisori, cărți poștale (simple, semiilustrate, ilustrate, felicitări), aerograme.

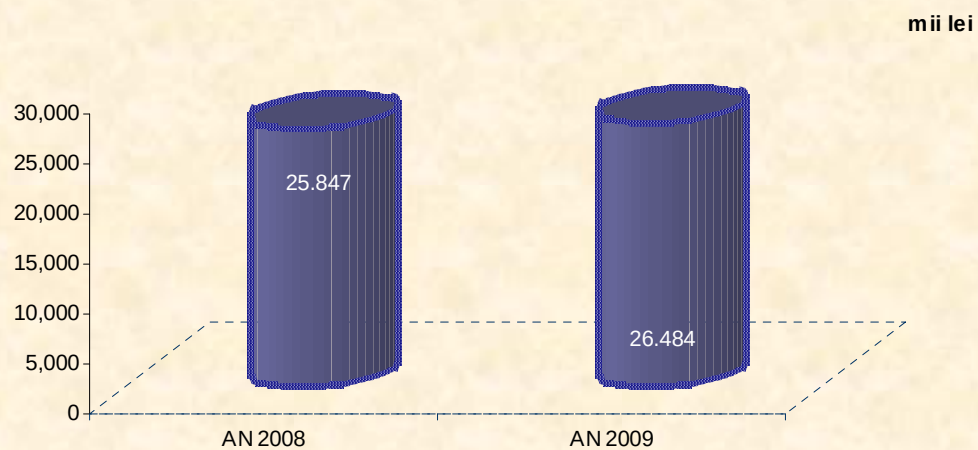
Evoluția veniturilor din Poșta de Scrisori în perioada 2008-2009



Evoluția veniturilor din scrisori cu AR (confirmare de primire) interne în perioada 2008-2009



Evoluția veniturilor din scrisori cu AR (confirmare de primire) internaționale în perioada 2008-2009



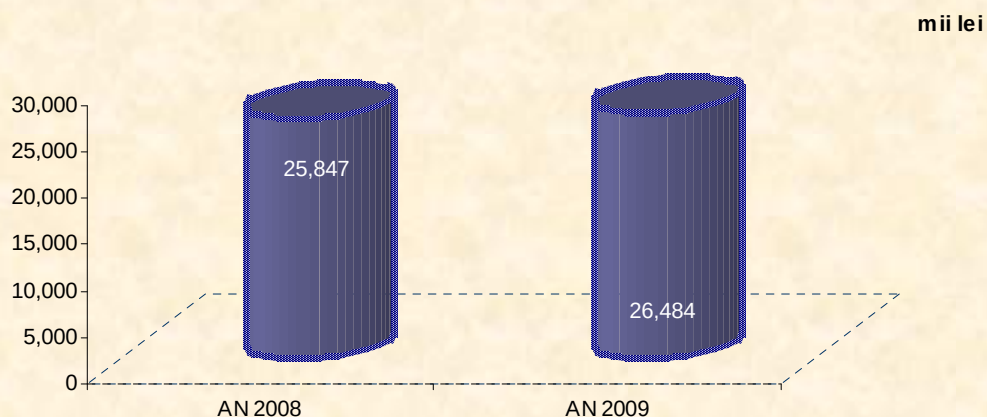
ABONAMENTE PRESĂ

Contractare de abonamente la ziare, reviste și livrare la domiciliu/sediu.

COLETE POȘTALE INTERNE ȘI INTERNAȚIONALE

Trimitere poștală care conține bunuri cu sau fără valoare comercială; coletele poștale nu trebuie să conțină alte trimiteri poștale.

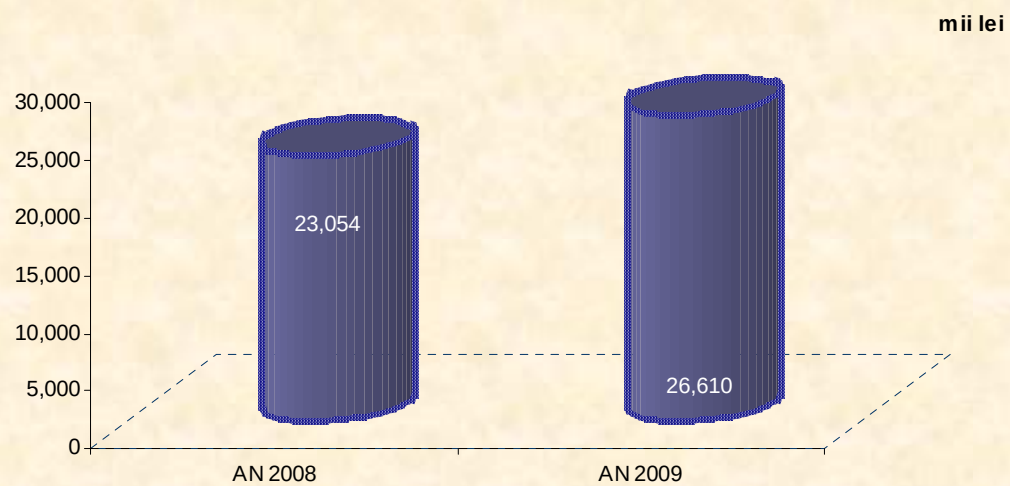
Evoluția veniturilor din colete poștale în perioada 2008-2009



COLETĂRIE ANUNȚATĂ

Trimitere poștală prin care se asigură transportul și distribuirea de bunuri cu sau fără valoare comercială, care pot circula necondiționate în ambalaje tip (genți, sacoșe); expeditorul are obligația să-i comunice destinatarului data și ora când se poate prezenta pentru ridicarea coletului anunțat.

Evoluția veniturilor din serviciul Ramburs în perioada 2008-2009



SERVICII EXPRESS INTERNE

Prioripost

Reprezintă serviciul express intern al Poștei Române pentru documente și marfă, pus la dispoziția clienților într-o rețea extinsă de aproximativ 1000 de localități.

Prioripost cu valoare declarată fixă

Trimiteri express de documente cu caracter financiar-contabil sau fiscal.

Ultrapost

Serviciu ultrarapid, intern, de preluare, transport și distribuire a trimiterilor poștale în și între aproximativ 18 orașe.

SERVICII EXPRESS INTERNAȚIONALE

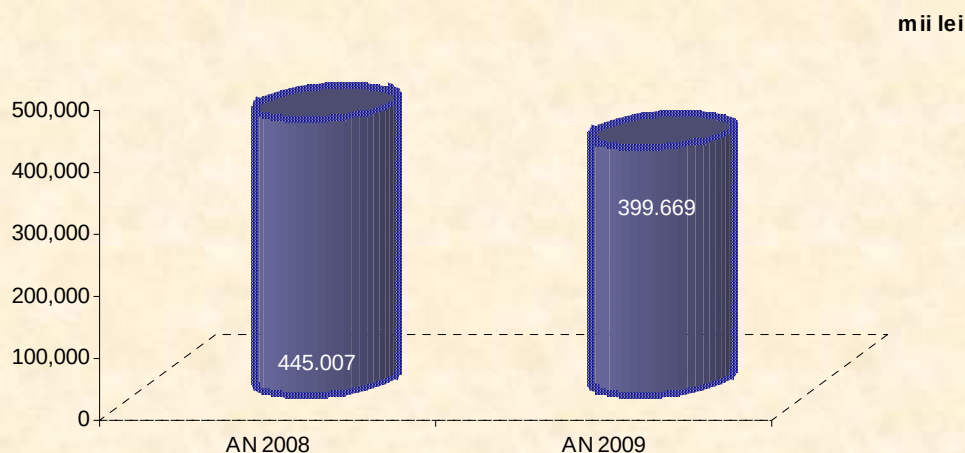
EMS

Express Mail Service presupune expedierea rapidă a documentelor și mărfurilor, către destinații internaționale, la tarife stabilite pe țări de destinație și trepte de greutate.

SKYPAK

Produs de curierat rapid internațional realizat pe bază de parteneriat între Compania Națională Poșta Română SA și TNT România, destinat expedierii de documente și de mărfuri în peste 231 de țări și teritorii.

Evoluția veniturilor din Serviciile Express în perioada 2008-2009



TRANSFER DE BANI INTERN

Mandat poștal intern

Trimitere înregistrată, prin care o subunitate poștală remite la destinație o sumă de bani (în lei) încredințată de expeditor. Plata se efectuează în numerar sau în cont bancar.

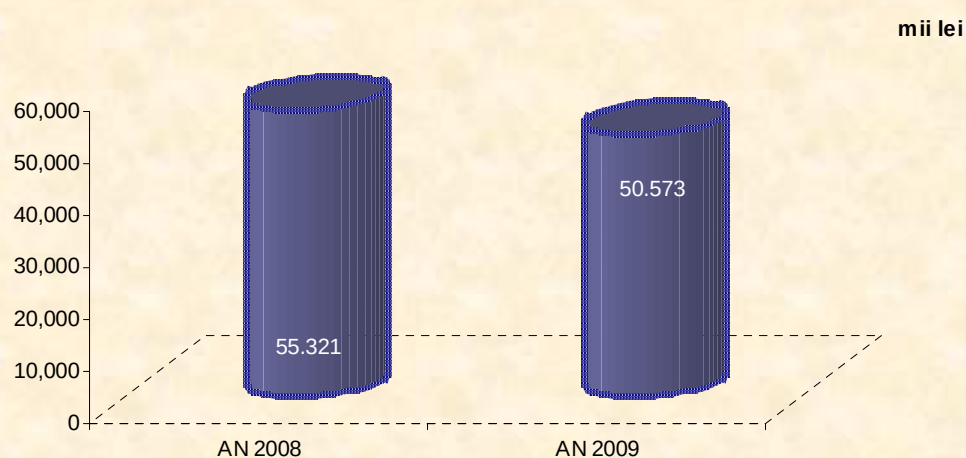
E-mandat

Serviciu care asigură remiterea pe cale electronică a unor sume de bani nelimitate, în lei, către destinatar, la orice adresă poștală sau direct în cont pentru persoane juridice.

Mandat on-line

Serviciu care asigură remiterea pe cale electronică a unei sume de bani nelimitate, în lei, în maximum o oră de la depunerea sumei, cu condiția ca destinatarul să fie prezent la sediul subunității poștale de destinație.

Evoluția veniturilor din Serviciile Financiare Interne în perioada 2008-2009



TRANSFER DE BANI INTERNAȚIONAL

Mandat poștal internațional

Serviciu financiar care permite clienților să trimită și să primească sume de bani (EURO/USD), disponibil în relația cu țările pentru care exista încheiate acorduri. Destinatarul este avizat de sosirea mandatului poștal internațional și invitat să se prezinte la sediul oficiului poștal desemnat să execute acest serviciu, care deserveste domiciliul acestuia.

EUROGIRO

Serviciu financiar specializat prin care se realizează transmiterea de bani (EURO/USD) - pentru țările cu care sunt încheiate acorduri - în sistem rapid și în condiții de siguranță, având ca suport un sistem electronic de transfer de sume. Destinatarul este avizat de sosirea mandatului EUROGIRO și invitat să se prezinte la sediul oficiului poștal care deservește domiciliul acestuia. Serviciul EUROGIRO Ramburs (denumit și EUROGIRO-COD) facilitează transferul sumelor de ramburs internațional încasate de la destinatarii unor trimiteri poștale însoțite de mandat ramburs internațional.

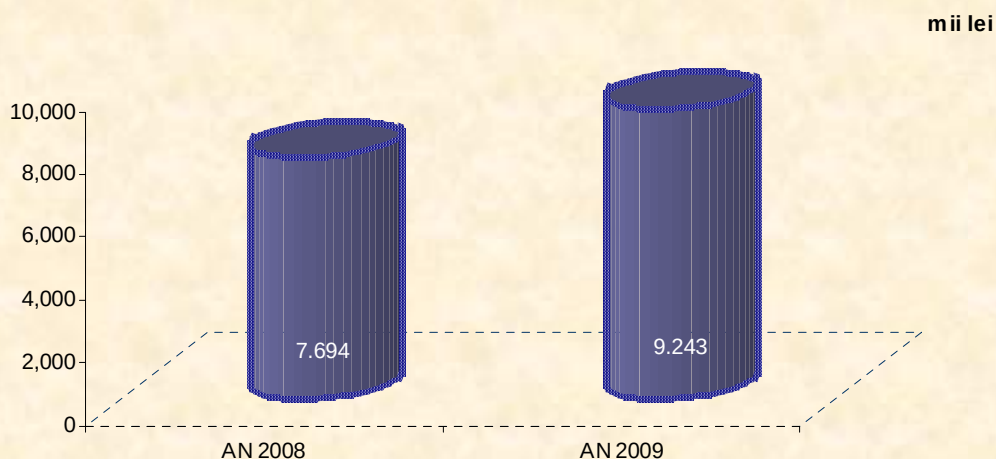
EUROGIRO Cash Internațional

EUROGIRO Cash Internațional (E.C.I.) reprezintă un serviciu financiar specializat furnizat de Eurogiro și Uniunea Poștală Internațională prin rețeaua Eurogiro care permite clienților să trimită și să primească numerar (Euro) la ghișeu al oficiului poștal. Transmiterea se realizează în sistem rapid și în condiții de siguranță, având ca suport un sistem electronic de transfer de sume, iar plata se poate efectua după 2 zile (și nu mai târziu de 30). Expeditorul trebuie să înștiințeze destinatarul despre transfer și să-i comunice detaliile operațiunii.

Western Union

Serviciu rapid și sigur de transfer de bani (poate fi disponibil într-un interval de 10 minute), accesibil printr-o rețea de peste 345.000 de locații din peste 200 de țări. Expeditorul trebuie să înștiințeze destinatarul despre transfer și să-i comunice detaliile operațiunii.

Evoluția veniturilor din transferuri financiare Western Union în perioada 2008-2009



CARD PREPLĂTIT

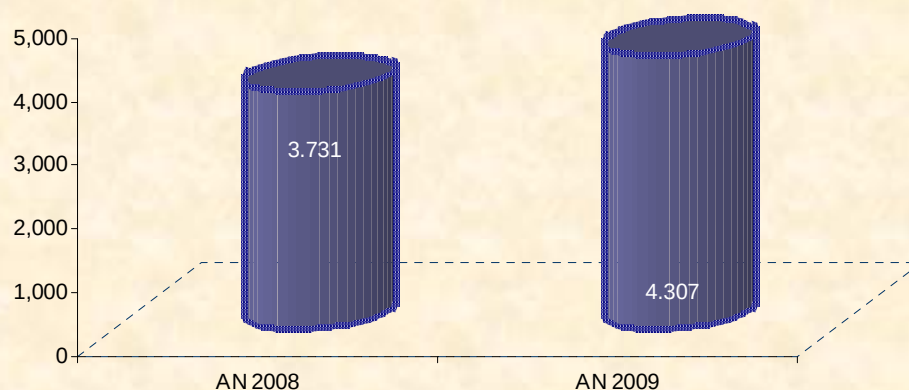
Poșta Română, în parteneriat cu APS (Advanced Payment Solutions), oferă cardul preplătit Cashplus MasterCard, un instrument ideal de administrare a banilor, de efectuat plăți și cumpărături la comercianți sau pe internet.

PLĂȚI FACTURI ȘI RATE

Poșta Română oferă clienților posibilitatea de a-și achita prin intermediul subunităților poștale contravaloarea facturilor emise de principalii furnizori de servicii și utilități (Romtelecom, Orange, Cosmote, Telemobil (Zapp), Electrica, GDF Suez, UPC, DTH Television (Boom TV), Akta, Atlas Telecom, Eufonika, Avon) precum și a ratelor plătite în baza unor contracte de credit de consum (BRD Finance, Citibank, Raiffeisen Bank SA, Credit Europe Bank, Garanti Bank International, Porsche Bank, Millenium Bank, RBS Bank, Cetelem, EFG Retail Services IFN SA, GE Money).

Evoluția veniturilor din Încasări Rate Credite în perioada 2008-2009

mii lei



ROVINIETE

Subunitățile Poștei Române asigură clienților posibilitatea de achitare a tarifului de utilizare a rețelei de drumuri naționale din România pentru perioade de 1 zi, 7 zile, 30 zile sau 12 luni și eliberarea rovinietelor.

CĂSUȚE POȘTALE

Poșta Română, în cadrul subunităților sale, oferă spre închiriere căsuțe poștale pentru clienții (persoane fizice sau juridice) care doresc să-și ridice personal, prin împuternicit sau delegat trimiterile din categoria următoarelor servicii: poșta de scrisori (corespondență, imprimare, Infadres, saci "M"), colete, Prioripost, mandate.

COMERCIALIZARE PRODUSE

Subunitățile Poștei Române oferă spre comercializare o gamă diversă de articole: timbre, timbre fiscale și judiciare, efecte poștale, cartele de telefonie și acces internet, ambalaje, produse de papetărie și birotică, consumabile și alte bunuri de consum.

SERVICII DE MARKETING DIRECT

Infadres (Publicitate prin poștă)

Trimiterile constau exclusiv în materiale de reclamă, marketing sau publicitate, care conțin mesaje identice, cu excepția numelui, adresei și numărului de identificare al destinatarului, precum și a altor modificări care nu alterează natura mesajului.

Postmesager

Trimiteri interne (cu greutate până în 20 grame), constând exclusiv în materiale de reclamă, marketing sau publicitate și care conțin mesaje identice, cu excepția unor modificări care nu alterează natura mesajului. Trimiterile sunt distribuite destinatarilor fără ca expeditorul să menționeze adresa (trimiteri neadresate).

Postmesager Plus

Trimiteri interne (cu greutate până în 20 grame), constând exclusiv în materiale de reclamă, marketing sau publicitate și care conțin mesaje identice, cu excepția unor modificări care nu alterează natura mesajului. Trimiterile sunt distribuite unui anumit segment de piață, selectat de client sau oferit de către Compania Națională Poșta Română, posibil de aplicat (trimiteri semiadresate).

Postcatalog

Trimiteri interne (greutate 21-2000 grame), constând exclusiv în materiale de reclamă, marketing sau publicitate și care conțin mesaje identice, cu excepția unor modificări care nu alterează natura mesajului.

Postafiș

Expunere de afișe publicitare în locațiile Poștei Române.

Produse și servicii ale Fabricii de Timbre:

- Timbre (judiciare), blocuri, colițe, minicoli
- Diverse: afișe, diplome, mape, tichete, certificate, felicitări, calendare, broșuri, pliante, reviste, coperti, cataloage, volante, etichete pe hârtie cromo sau pe hârtie autocolantă, ambalaje ușoare, cărți broșate;
- Ștampile;
- Plicuri corespondență, plicuri diverse (plicuri personalizate, plicuri tematice cu timbru tipărit, plicuri pentru evenimente și aniversări);
- Formulare cu regim normal (formularistică specifică poștală), formulare cu regim special (facturi fiscale, avize de însoțire a mărfii, chitanțiere, certificate de depozit, cecuri, acțiuni, obligațiuni, ordine de plată, diplome);
- Cărți poștale;
- Efecte poștale : mandate, buletine expediție, cărți poștale semiilustrate;
- Ziare;
- Facturi : prelucrare bază de date (tipar date variabil), foldare, insert în plic.

8. Indicatori financiari

Principalii indicatori economico - financiari realizați în anul 2009, comparativ cu bugetul de venituri și cheltuieli aprobat

				- mii lei -
INDICATORI	BUGETAT 2009	REALIZAT 2009	+/-	Grad de realizare %
VENITURI TOTALE	1.543.950	1.500.147	-43.803	97,16
Venituri din exploatare	1.487.300	1.458.436	-28.864	98,06
Venituri financiare	56.650	41.711	-14.939	73,63
CHELTUIELI TOTALE	1.539.075	1.681.670	142.595	109,26
Cheltuieli de exploatare	1.533.438	1.669.423	135.985	108,87
Cheltuieli financiare	5.637	12.247	6.610	217,26
REZULTATUL BRUT	4.875	-181.523	-186.398	-3.723,55
Rezultat din exploatare	-46.138	-210.987	-164.849	457,30
Rezultat financiar	51.013	29.464	-21.549	57,76

Deteriorarea rezultatului brut al CN Poșta Română SA în anul 2009, când a fost înregistrată o pierdere brută de 181.523 mii lei, a fost consecința unui cumul de factori, principalele cauze fiind:

- înregistrarea unui trend descendent al volumului prestațiilor poștale efectuate de CNPR de la începutul anului 2009, în principal ca urmare a agravării crizei economice, care a afectat piața serviciilor poștale și a încetinit astfel ritmul de creștere al cifrei de afaceri a CNPR;
- încheierea unor contracte de achiziții de bunuri și servicii în a doua parte a anului 2008, care au grevat cheltuielile anului 2009, depășindu-se cheltuielile propuse prin bugetul aprobat.

În aceste condiții, cu toate eforturile făcute pe parcursul anului 2009, în sensul atragerii de noi clienți și al creșterii volumului de prestații pe de-o parte, iar pe de altă parte de gestionare responsabilă a unor categorii de cheltuieli și de renegociere a unor contracte cu furnizorii de servicii necesare desfășurării activității Poștei Române, ritmul de creștere al cheltuielilor totale în anul 2009 față de anul 2008 a fost mult mai mare decât ritmul de creștere a veniturilor totale, ceea ce a condus la deteriorarea situației economico-financiare a Poștei Române în anul 2009.

9. Investiții și dezvoltare

Strategia investițională a C.N.P.R. a urmărit cu precădere crearea unor condiții corespunzătoare pentru desfășurarea prestațiilor poștale și realizarea unei imagini mai bune a Poștei Române, prin asigurarea unor spații optime de muncă pentru salariați.



Principalele categorii de investiții realizate în anul 2009 au fost:

Lucrări de construcții

- modernizări și amenajări de clădiri, lucrări ce au îmbunătățit condițiile de muncă pentru salariați;
- demararea proiectului de diminuare a riscurilor în cazul producerii calamităților naturale și pregătirea pentru situații de urgență, proiect ce face parte din "Programul pentru Prevenirea și Managementul Riscului la Dezastre Naturale – Componenta B: reducerea riscului seismic".

Procurări utilaje și echipamente poștale

Calitate, viteză sporită, fiabilitate și randament ridicat, sunt doar câteva dintre caracteristicile noilor echipamente. Tehnologizarea serviciilor poștale la standarde europene va conduce implicit la atragerea de noi clienți și la diversificarea ofertei serviciilor către populație.

În anul 2010 se vor derula *"investițiile în continuare"*, adică lucrări sau achiziții la care există contracte încheiate cu furnizorii, proiectanții sau constructorii care au câștigat licitațiile sau cererile de ofertă și necesită plăți imediate.

10. Sistemul de certificare a calității



Calitatea serviciului poștal reprezintă o constantă a preocupărilor CN Poșta Română în ceea ce privește îndeplinirea misiunii sale permanente de a asigura distribuirea trimiterilor poștale, la timp, pe teritoriul național, precum și de a satisface exigențele din ce în ce mai crescute ale clienților săi. În vederea realizării dezideratelor legate de creșterea continuă a calității, CN Poșta 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 creștere a competitivității și credibilității Companiei.

Astfel, în cursul anului 2009 în domeniul managementului calității s-au realizat următoarele obiective:

- **Implementarea și certificarea Sistemului de Management al Calității** în conformitate cu cerințele standardului SR EN ISO 9001:2008 în cadrul Sucursalelor **Casa de Expediții București și Direcția de Poștă Rapidă București**.

-
-
- Întocmirea și aprobarea întregii documentații a Sistemului de Management al Calității conform cerințelor standardului SR EN ISO 9001:2008 (prin Hotărârea Consiliului de Administrație nr. 2/08.12.2009). Data **de 1 februarie 2010 a fost stabilită ca termen limită pentru** obținerea certificării C.N.P.R. pentru domeniile de activitate **"Activități poștale executate sub obligativitatea serviciului universal. Alte activități poștale și de curierat"**.
 - Organizarea de **"Cursuri de formare de auditori interni ai sistemelor de management al calității în conformitate cu cerințele standardului SR EN ISO 9001:2008"**, pentru un număr de 60 de salariați. Procesul va continua și în 2010, pentru formarea de auditori interni ai sistemelor de management al calității pentru sucursalele nou formate.

În cadrul C.N. Poșta Română S.A. **determinările statistice pentru trimiterile interne de corespondență** din cea mai rapidă categorie standard se efectuează **conform standardului SR EN 13850:2003 – (Servicii poștale. Calitatea serviciului)** de către un organism de monitorizare independent; în conformitate cu prevederile legislative în vigoare, pentru trimiterile internaționale intra-europene de corespondență din cea mai rapidă categorie standard a fost utilizat sistemul UNEX, măsurătorile fiind efectuate de către o societate de monitorizare independentă. Auditarea rezultatelor măsurătorilor necesare evaluării obiectivelor de calitate, cu respectarea standardului SR EN 13850:2003, a fost făcută deasemenea, de specialiști independenți.

Perspective și obiective urmărite în anul 2010

"Certificarea ISO 9001:2008" pentru **"activități poștale executate sub obligativitatea serviciului universal și pentru alte activități poștale și de curierat"** reprezintă o confirmare a faptului că sistemul de management configurat în cadrul organizației răspunde exigențelor impuse de standard.

Implementarea Sistemului de Management al Calității în cadrul Companiei Naționale Poșta Română SA, în conformitate cu **SR EN ISO 9001:2008**, conferă încredere utilizatorilor serviciilor în constanța calității serviciilor furnizate, devenind un factor decisiv de creștere a competitivității și a credibilității companiei.

- CNPR va avea în vedere **proiectarea Sistemului de Control Managerial Intern** conform prevederilor Ordinului nr. 946 din 4 iulie 2005 pentru aprobarea Codului controlului intern, cuprinzând standardele de management/control intern la entitățile publice și pentru dezvoltarea sistemelor de control managerial, cu toate modificările și completările ulterioare, sub coordonarea și consilierea reprezentanților M.C.S.I.
- A fost demarat procesul de implementare și certificare a **Sistemului de Management al Calității** sub acreditare internațională cu referențialul **SR EN ISO 9001:2008 pentru Sucursala Servicii Financiare**.
- În curs se află și implementarea și certificarea **Sistemului de Management al Securității Informației** în cadrul Companiei Naționale Poșta Română SA, în conformitate cu cerințele Standardului SR ISO/CEI 27001:2006.

11. Evenimente în anul 2009

Concursul epistolar

Poșta Română, în colaborare cu Ministerul Educației Cercetării și 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 Poștală Universală. Concursul se desfășoară în patru etape: județeană, regională, națională și internațională. La 9 octombrie 2009, Ziua Mondială a Poștei, a fost lansat concursul epistolar cu următoarea temă "Compune o scrisoare în care să explici de ce este important să vorbim despre SIDA și să ne protejăm împotriva bolii". Competiția se va încheia în data de 17 martie 2010 când vor fi desemnați câștigătorii la faza națională. Cea mai bună lucrare, însoțită de o traducere în limba franceză, engleză sau spaniolă, vor fi transmise până la 30 aprilie 2010 Biroului Internațional UPU.

Marșul Factorilor Poștali

C.N. Poșta Română organizează încă din anul 1977 competiția cu tradiția cea mai îndelungată din istoria Poștei Române, Marșul Factorilor Poștali. Evenimentul organizat în trei faze - județeană, regională și națională - a devenit deja o tradiție și,



totodată, un prilej de comunicare în rândul poștașilor amatori de competiții sportive. Faza națională a Marșului Factorilor Poștali din 2009 s-

a desfășurat în luna mai, la Gura Humorului. Ocupanții primelor cinci locuri la băieți și câștigătoarele primelor trei locuri în competiția fetelor au participat la Balcaniada Factorilor Poștali, care a avut loc în luna octombrie 2009, în Turcia. Reprezentanții României au obținut locurile fruntașe.

Zilele porților deschise la Muzeul Național Filatelic

În perioada 07-11 octombrie 2009 a avut loc evenimentul *"Zilele porților deschise la Muzeul Național Filatelic"*, o manifestare dedicată copiilor din București. Acțiunea, organizată anual, din 2005, are menirea de a familiariza elevii claselor I-VIII cu lumea timbrelor, a scrisorilor și a altor mijloace de comunicare prin poștă. Intrarea este gratuită pentru elevi și profesorii însoțitori.

"Flori pentru poștărițe" – 1 Martie - 8 Martie

8 Martie a fost dedicat femeilor din Poșta Română. Mai mult de jumătate dintre salariații Poștei Române sunt femei. Ziarul Poștașul a dedicat un număr al ziarului colegelor din Poștă. Reprezentanți ai Departamentului Relații Publice au vizitat oficiile poștale din Alexandria, județul Teleorman, oferind flori colegelor în numele redacției. Acțiuni de omagiere a femeilor din Poșta Română au fost derulate și în alte subunități poștale din țară.

Poșta Română în campania *"Nu trece dincolo"*

Poșta Română s-a alăturat campaniei de responsabilitate socială *"Nu trece dincolo"* lansată de Brigada de Poliție Rutieră București în luna iunie 2009, având ca scop reducerea accidentelor rutiere. În luna septembrie, odată cu înmânarea pensiilor, Poșta Română a distribuit în București fluturași informativi prin intermediul factorilor poștali. Campania s-a adresat vârstnicilor și a avut drept scop conștientizarea cu privire la riscurile la care aceștia se expun atunci când traversează strada neregulamentară.

Poșta Română implicată în programul "*Luna pădurii*"

Poștașii din toată țara au plantat peste 12.600 de puieți, în cadrul programului de reîmpădurire "Luna Pădurii" lansat de Romsilva în primăvara anului 2009. Plantările au avut loc în cadrul unui program de educație ecologică inițiat de Poșta Română, care și-a propus să încurajeze voluntariatul în rândul salariaților, prin sensibilizarea acestora în legătură cu rolul important pe care protecția mediului îl are pentru dezvoltarea durabilă a României. Scopul final al acțiunii a fost acela de a planta în întreaga țară un număr echivalent cu numărul arborilor tăiați pentru producerea celor 130 de tone de hârtie consumată în cadrul Poștei Române.

Concursul de desen

Poșta Română a continuat tradiția organizării concursurilor de desen la care participă, anual, mii de copii din întreaga țară. De Ziua copilului, Poșta Română a premiat câștigătorii concursului de desen "*Portret de poștaș*". Premiile au constat în patru sejururi de câte șase nopți cazare, în luna iunie, la Eforie Sud (jud. Constanța) și Agapia (jud. Neamț).

"Tărâmul minunilor"

De 1 Iunie, cu ocazia Zilei Internaționale a Copilului, în Piața Sfatului din Brașov a fost organizat evenimentul "Tărâmul minunilor" destinat copiilor de toate vârstele, care a avut ca scop realizarea unui record mondial: "Cel mai lung lanț de copii din lume". La realizarea lanțului au participat peste 4000 de copii. În cadrul evenimentului pe scenă au evoluat peste 1000 de copii în spectacole de muzică, dans, prezentare de modă, teatru de păpuși, concursuri și demonstrații organizate de scafandri, într-un bazin de 10.000 litri. Tot de 1 Iunie, 400 de copii din Brașov au participat la concursul denumit "O scrisoare completată corect va ajunge întotdeauna la destinație". Copiii au fost învățați să completeze corect pe plic adresa

destinatarului, adresa expeditorului precum și codul poștal. Premiul acestui concurs a constat într-o excursie cu autocarul la București, pentru un număr de 36 de copii.

"Vreau și eu să merg la școală"

În septembrie 2009, a fost demarată campania "Vreau și eu să merg la școală" care s-a desfășurat la nivelul Direcției Regionale de Poștă Brașov. Campania a avut ca scop strângerea de rechizite pentru copiii fără posibilități materiale. Au fost instalate cutii de colectare special create pentru această campanie în toate oficiile poștale din Municipiul Brașov, în incinta Mall-ului Magnolia Shopping Center, precum și în școlile generale din municipiu Brașov. Toate rechizitele colectate au fost donate copiilor din mediul rural.

"Intră în lumea magică a lui Moș Crăciun"

Poșta Română în colaborare cu Raiffeisen Bank au lansat în decembrie 2009 campania "Intră în lumea magică a lui Moș Crăciun", dedicată copiilor cu vârsta între 3 și 14 ani. Pe tot parcursul lunii decembrie, copiii au putut achiziționa de la orice oficiu poștal din țară un kit conținând un plic, o coală A4 destinată mesajului către Moș și o carte poștală. După completare, scrisorile au fost trimise acasă la Moș Crăciun, la adresa pretipărită de pe plic. Toate scrisorile au participat la tombola organizată pentru desemnarea câștigătorilor celor cinci premii, care au constat în excursii în Laponia.

ProACTIN

Alături de alte administrații poștale, Poșta Română a beneficiat de programul proiectului internațional ProACTIN (Proactive Acquis Communautaire Training Initiatives) care s-a încheiat în iunie 2009. Proiectul ProACTIN a avut la bază un program de "instruire a instructorilor" prin training, vizite bilaterale și campanii naționale de diseminare a cunoștințelor. În cadrul acestui program au fost instruiți peste 550 de salariați ai Poștei Române, la nivel de top și middle management, în domeniile: Marketing și relația cu clientul, Calitatea serviciului, Relația cu Organismele de Reglementare, Gestiunea contabilă, Managementul proiectelor.

Proiectul C.O.U.R.I.E.L

Prin semnarea în luna ianuarie 2009 a Acordului de Cooperare, Poșta Română a devenit partener în cadrul **Proiectului C.O.U.R.I.E.L**, alături de Magyar Posta, proiect derulat în cadrul programului Leonardo da Vinci și coordonat de Hellenic Post, având ca termen de finalizare septembrie 2010. Proiectul urmărește dezvoltarea unui program de învățare interactiv, dedicat personalului implicat în serviciile de curierat. Grupul țintă îl constituie angajații implicați în planificarea rutelor (coordonatori), precum și a celor implicați în executarea acestora (poștași).

Proiectului C.O.U.R.I.E.L. a fost aprobat prin intermediul programului Leonardo da Vinci EC, având un buget total de 312,017 euro, sumă suportată în proporție de 75% de acest program, iar restul de 25% fiind asigurat din resurse proprii.

Proiectul presupune 6 pachete majore de activități:

- Analiza și modelarea cerințelor
- Cercetarea și dezvoltarea materialului teoretic
- Conceperea și dezvoltarea sistemului de simulări

-
-
- Implementarea sistemului de pregătire interactiv
 - Diseminare
 - Managementul proiectului

Western Union - serviciu de transfer de bani

În cadrul unui eveniment organizat în luna mai 2009, Poșta Română a lansat un nou serviciu Western Union de transfer de bani din țară în peste 200 de țări și teritorii din întreaga lume, în întreaga rețea globală operată de Western Union. Alături de reprezentanți ai CNPR, la eveniment a participat domnul Hikmet Ersek, vicepreședinte executiv al Western Union. Lansarea noului serviciu reprezintă pentru Poșta Română oportunitatea de a se alinia celorlalți operatori din lume, care transferă bani prin Western Union și vine în întâmpinarea unei cerințe care s-a simțit din ce în ce mai acut pe piața serviciilor financiare de la noi.

Campania de susținere a copiilor cu Sindrom Down

Poșta Română continuă campania de strângere de fonduri pentru ajutorarea copiilor diagnosticați cu Sindrom Down. În aproape 3000 de subunități poștale din întreaga țară se comercializează brățări de silicon inscripționate cu sloganul campaniei *"Există un drum către o viață normală"*. Banii colectați sunt donați Asociației Caritas București pentru construirea, în București, a unui Complex Social de Servicii pentru Persoanele cu Dizabilități. Campania are și scopul de a transmite un mesaj către public despre șansele de integrare socială a copiilor cu Sindrom Down.

12. Proiecte, perspective, obiective

Reorganizarea CNPR

Pentru realizarea obiectivelor și gestionarea provocărilor atât la nivel strategic cât și organizațional vor fi implementate măsurile de reorganizare a CNPR care vizează înființarea a cinci centre de profit și cinci centre de suport și profit.



Relații internaționale

- menținerea relațiilor de colaborare cu țările membre UPU, structuri internaționale economice, indiferent de sistemul de dezvoltare al acestora (pe orizontală sau verticală/sectorial) prin corespondență, vizite de lucru bilaterale sau workshopuri tematice;
- supravegherea apariției de noi reglementări sau norme în sectorul poștal și comunicarea acestora factorilor interesați;
- monitorizarea apariției de noi structuri internaționale în domeniul poștal și aderarea la ele, în cazul unui concurs de interese;
- schimb de experiență la nivelul operatorilor poștali din țări candidate sau potențial candidate la intrarea în UE, sau pur și simplu cu o experiență mai mare în domeniu, pentru extinderea și modernizarea conceptului de relații internaționale;
- participarea la proiecte și programe axate pe componenta socio-economică, în contextul strategiei de dezvoltare durabilă susținută de UPU.

Relansarea Ziarului "POȘTAȘUL"

Publicația va avea o apariție lunară și va promova un management transparent. Schimbările ar urma să vizeze formatul, grafica și conținutul editorial. Revista va avea 24 pagini format A4, full color, fiind tipărită la Fabrica de Timbre. "POȘTAȘUL" este principalul canal de comunicare internă care prezintă aspecte pozitive din viața și activitatea companiei.

"POȘTAȘUL" urmărește, în principal, o informare corectă și continuă a angajaților Poștei Române cu privire la țintele pe care și le propune managementul companiei și la modalitățile prin care aceste obiective pot fi atinse.

Dezvoltare si implementare de servicii online

Poșta Română a demarat o serie de proiecte în domeniul serviciilor online:

- implementarea și dezvoltarea serviciului PostMarket prin extinderea modalităților de plată și prin plata on-line, extinderea ariei de livrare la domiciliu (door to door), modificarea sistemului de preluare a mărfurilor de la furnizori, diversificarea gamei de produse ce pot fi achiziționate prin intermediul rețelei PostMarket, implementarea unui sistem de alegere și selectare a diverselor produse tipărite prin intermediul Poștei Române și distribuirea acestora către destinatarii specificați de expeditor, crearea serviciului call center necesar activității de comerț electronic, posibilitatea implementării unor activități de ticketing, promovarea și dezvoltarea de parteneriate, etc.

Premiile "Ion B. Georgescu"

Serviciul Relații Publice propune reluarea acordării premiilor "Ion B. Georgescu", anual, pe data de 9 octombrie, de Ziua Mondială a Poștei angajaților care s-au remarcat prin fapte deosebite în apărarea valorilor C.N. Poșta Română SA. Premiile sunt menite să-i scoată în evidență pe poștașii care s-au remarcat în cursul anului prin diverse fapte de curaj,

devotament și fidelitate față de locul de muncă și de valorile Poștei Române.

Campania "O carte deschide o lume nouă"

Poșta Română va lansa în prima jumătate a anului 2010 campania "O carte deschide o lume nouă" destinată salariaților și clienților săi. Cărțile colectate vor fi donate școlilor din mediul rural la începutul anului școlar 2010 - 2011. Campania "O carte deschide o lume nouă" se înscrie în seria acțiunilor Poștei Române prin care se implică în susținerea comunităților în care își desfășoară activitatea.

Campania "Drogurile strică tot! – Viața bate iarba"

Poșta Română va participa la campania antidrog inițiată de Poliția Capitalei – Serviciul de Analiză și Prevenire a Criminalității "Drogurile strică tot! – Viața bate iarba". Campania se adresează tinerilor și are scopul de a transmite un mesaj despre consecințele consumului de droguri.

"Descoperă natura"

Poșta Română va lansa campania "Descoperă natura" care va consta în comercializarea prin subunitățile poștale a unor pixuri biodegradabile. Acțiunea se va derula pe tot parcursul anului 2010, iar banii colectați din comercializarea pixurilor vor fi destinați dotării laboratoarelor de biologie din câteva școli din județul Brașov. Campania își propune să îi determine pe români să conștientizeze importanța conservării mediului și a respectării măsurilor necesare acestei protejării și să asocieze binele personal cu mediul în care trăiesc.

"Plantăm pentru România"

Compania Națională Poșta Română a inclus, începând cu anul 2009, pe lista campaniilor de responsabilitate socială pe care le derulează acțiuni de implicare voluntară a salariaților săi din întreagă țară în programe de

reîmpădurire. Anul trecut salariații Poștei Române au plantat mii de puietăi la nivel național. Având în vedere impactul pe care l-a avut campania "Plantăm pentru România", organizată în parteneriat cu Regia Națională a Pădurilor Romsilva, va continua și în decursul anului 2010.

Concursul epistolar

Poșta Română va continua tradiția acțiunilor destinate copiilor. Printre acestea se înscrie și concursul epistolar dedicat elevilor cu vârste până la 15 ani. Concursul a fost creat în 1969 cu ocazia Congresului de la Tokyo, fiind lansat în mod oficial în 1971. Noua ediție a competiției va fi lansată la 9 octombrie 2010, iar tema stabilită de Uniunea Poștală Universală este "Imaginați-vă că sunteți un copac care trăiește în pădure. Scrieți o scrisoare către cineva explicându-i de ce este important să protejăm pădurile".

Ziua Internațională a Biodiversității

Poșta Română în colaborare cu Ministerul Afacerilor Externe va organiza de Ziua Internațională a Biodiversității o expoziție de mărci poștale românești emise în ultimii 40 de ani. Evenimentul va avea loc la sediul Ministerului Afacerilor Externe și vor participa reprezentanți din cadrul Ministerului Mediului și Pădurilor, Ministerului Comunicațiilor și Societății Informaționale, precum și reprezentanți mass-media.

Expoziția "100 de ani de aviație în România"

Muzeul Național Filatelic, sucursală a CNPR, va găzdui până în septembrie 2010 expoziția "100 de ani de aviație în România", organizată cu ocazia împlinirii unui secol de la primul zbor în spațiul aerian românesc a unui avion construit și pilotat de un român: Aurel Vlaicu. Expoziția va prezenta cele mai de seamă personalități și cele mai importante momente ale istoriei aviației românești, de la începuturi până în perioada contemporană.

Expoziția va fi organizată în colaborare cu Muzeul Militar Național, Muzeul Aviatic "Dumitru Prunariu" – Pucioasa, Asociația Piloților și Proprietarilor de Aeronave Ultraușoare Motorizate din România, Clubul Copiilor "N. Mateescu" - Pucioasa.

"Ferestre către Brazilia"

În seria acțiunilor dedicate manifestărilor filatelice se va înscrie și expoziția filatelică "Ferestre către Brazilia". În cadrul expoziției vor fi prezentate cinci colecții de emisiuni filatelice, ce reprezintă timbre emise de-a lungul timpului de Întreprinderea Braziliană a Poștei și Telegrafiei (EBCT). Mărcile poștale ilustrează sporturile, bogățiile naturii și ale vieții, valorile culturale și naturale braziliene, arătând scene din viața de zi cu zi a brazilienilor.

Constituirea unei echipe de formatori interni

Pentru îndeplinirea obiectivelor care vizează perfecționarea permanentă a forței de muncă este necesară, într-o primă etapă, constituirea și instruirea unei echipe de formatori interni, capabili să susțină programe de training pentru toate categoriile de personal CNPR.

Echipa de formatori interni va fi recrutată prin concurs dintre angajații CNPR care doresc și sunt pregătiți profesional să desfășoare această activitate în București și Centrele Regionale din Timișoara, Brașov, Iași și Constanța.

Formatorii selectați vor fi instruiți să susțină programe de training, urmând ca ulterior să fie acreditați ca formatori recunoscuți CNFPA.