

La missione e la valorizzazione di Poste Italiane al servizio del Paese

**Audizione dell'Amministratore Delegato di Poste Italiane,
ing. Francesco Caio, alla X Commissione – Senato della Repubblica**

Indice

→ **Poste Italiane: numeri, risultati e trend**

→ **La nuova missione al servizio del Paese**

→ **Percorso di trasformazione**

→ **Conclusioni**

Poste Italiane: una grande rete di infrastrutture fisiche e digitali al servizio del Paese

230 mila pacchi
movimentati giornalmente



- 38.000 mezzi
- 3.800 corrieri
- 540 articolati
- 5 aerei

Primo Operatore Postale in Italia con oltre **15 mln** di lettere movimentate giornalmente



50 mln di operazioni al giorno



400 mld € di Risparmio degli Italiani gestito

- 13.000 Uffici postali
- 7.000 ATM
- 700 Chioschi multimediali

2 mln di conti on line



Ai vertici del mercato Vita in Italia con **13,2 mld €** di Premi Vita raccolti nel 2013



Posteitaliane

19 mln di Carte di pagamento di cui 12 mln prepagate
Postepay prima carta Prepagata in Europa



L'evoluzione dei risultati di bilancio mostra Poste Italiane con una forte crescita dei ricavi, ma una profittabilità in contrazione

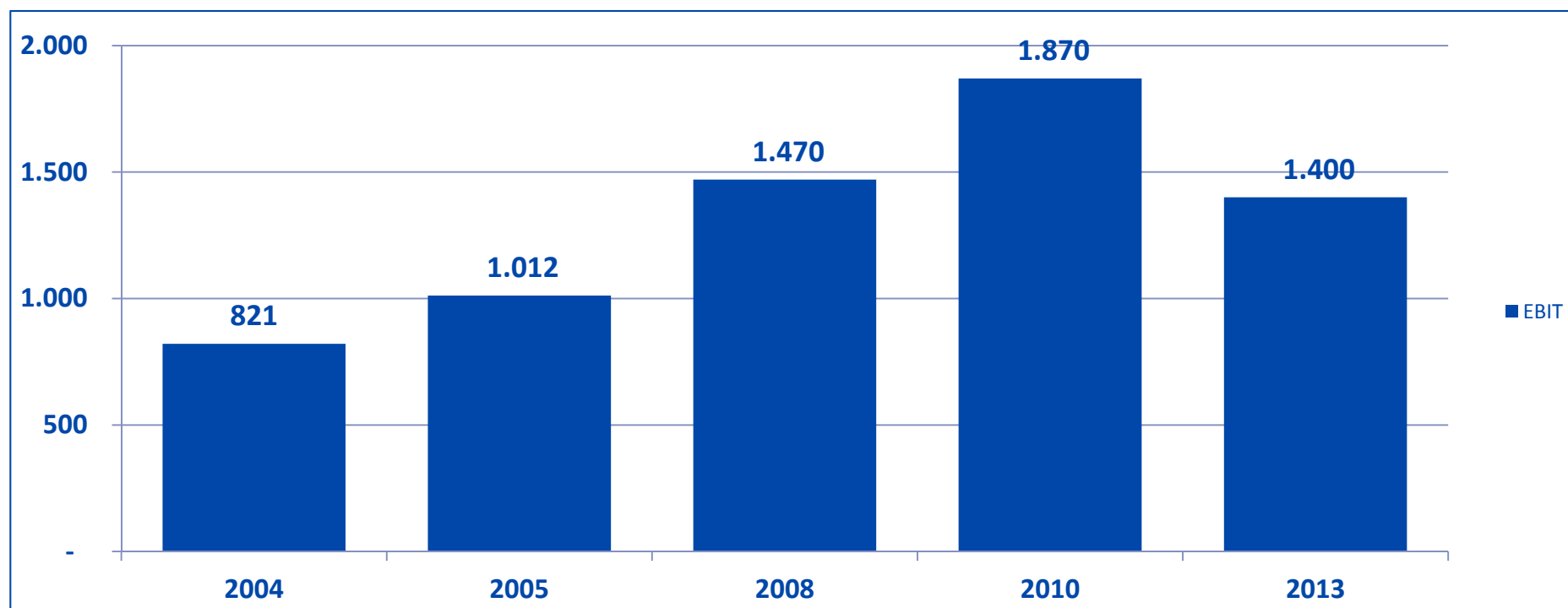
	2010	2013	Delta
Ricavi	21.8 Mld €	26.3 Mld €	+ 21%
EBIT	1.9 Mld €	1.4 Mld €	- 26%
EBIT Caratteristico¹	1.6 Mld €	0.9 Mld €	- 44%

I risultati della semestrale 2014 confermano il trend di riduzione dei margini

1. EBIT senza i proventi da operatività finanziaria BancoPosta e proventi da RePo BCE

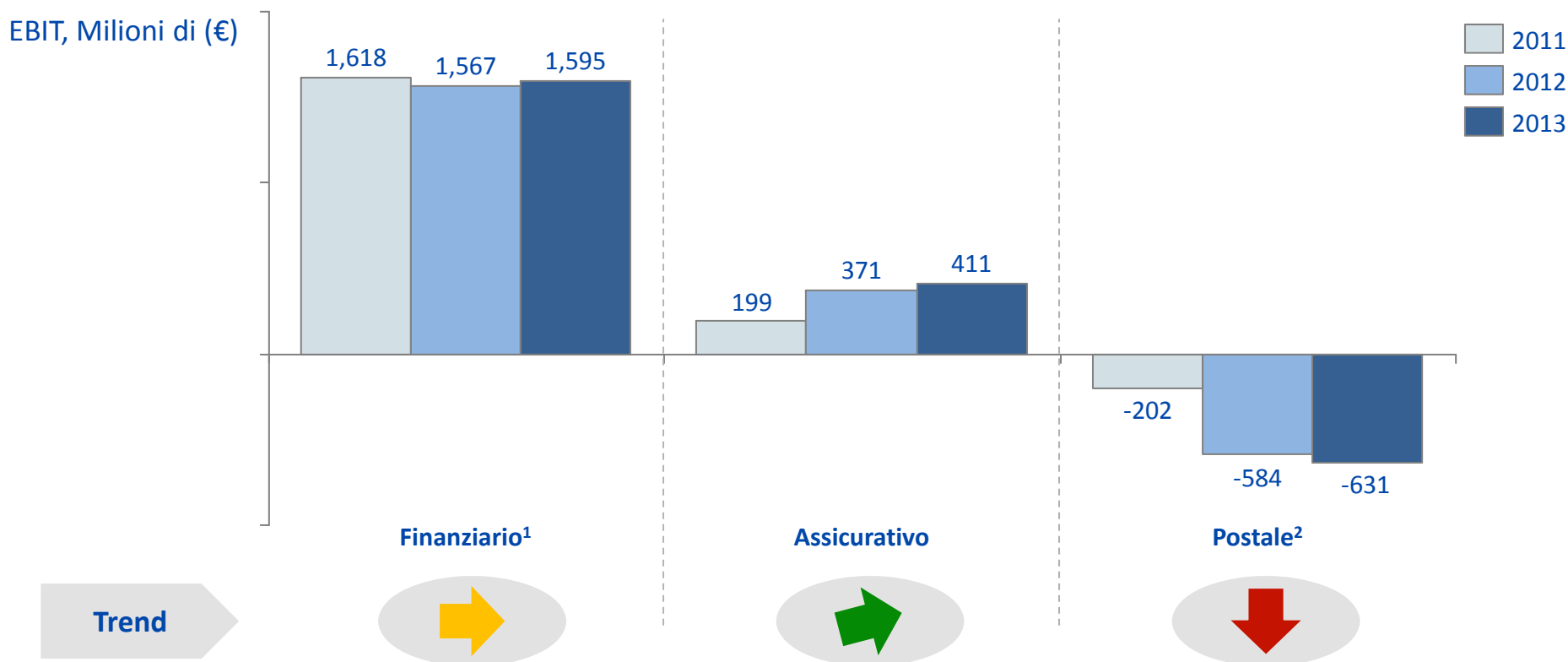
L'evoluzione dei risultati di bilancio dell'ultimo decennio mostra che la profittabilità si contrae a partire dal 2010

Trend dell'EBIT 2004-2013 (mln €)



Risultati molto differenti per settore, con forte perdita del postale

Contribuzione all'EBIT di Gruppo per Settore 2011–2013
 Contabilità Gestionale e regolatoria



PI, pur essendo l'operatore di maggiori dimensioni nel settore postale, opera strutturalmente in perdita, a fronte anche di insufficienti risorse pubbliche per il servizio postale universale

1. Bancoposta, SGR, Medio Credito 2. Include attività commerciali come PosteShop, SDA, CLP, Postel, etc.. ed include il contributo OSU di circa 350€M
 Nota: il contributo di altri business quali PosteMobile e Consorzio Telefonía Mobile per circa 25 milioni

Indice

→ **Poste Italiane: numeri, risultati e trend**

→ **La nuova missione al servizio del Paese**

→ **Percorso di trasformazione**

→ **Conclusioni**

Il contesto economico è in una fase di discontinuità e cambiamento

Il mondo si muove verso l'economia digitale



Declino di molte attività economiche tradizionali, es:

- Giornali
- CD Musica
- Corrispondenza

Sviluppo di nuovi processi, servizi e modelli di business, es:

- Commercio elettronico
- Motori di ricerca
- Banca on line

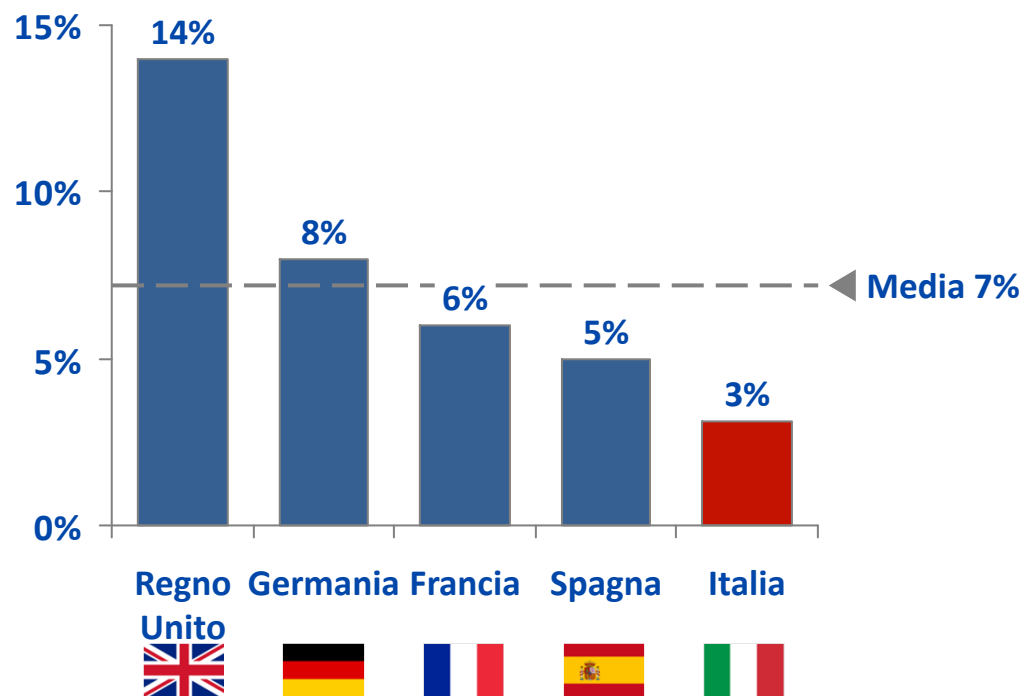
Rischio di esclusione, rapida perdita di competitività di famiglie e imprese a basso tasso di alfabetizzazione digitale

Competitività e crescita passano attraverso l'adozione diffusa di nuovi processi

Ed il Sistema Italia rischia di restare indietro in questa trasformazione

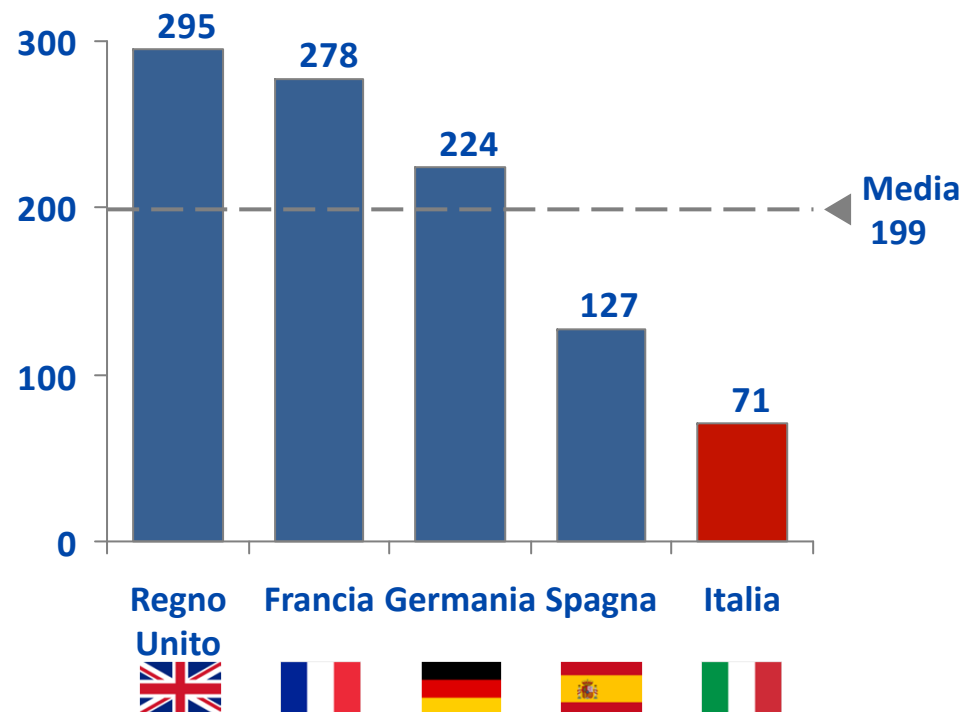
Penetrazione E-Commerce

Rapporto (%) tra valore delle vendite online e totale delle vendite retail¹



Penetrazione pagamenti non cash

Numero operazioni annue pro capite con strumenti diversi dal contante²



La nuova missione di Poste Italiane: competitività e crescita per il Paese



Motore di sviluppo inclusivo per accompagnare cittadini, imprese e Pubblica Amministrazione verso la nuova economia digitale



Con servizi di qualità, trasparenti, affidabili, facili da usare che migliorano la qualità della vita dei cittadini e la competitività delle imprese e distribuiti attraverso piattaforme fisiche e digitali



Consentendo ad ampie fasce della popolazione e delle imprese di partecipare ai processi della nuova economia, dall'e-commerce ai pagamenti elettronici

Perché Poste Italiane?



Fiducia



Capillarità / Prossimità / Inclusività



Infrastrutture fisiche e digitali nazionali



Presente e competitiva in settori strategici

1

Logistica

2

**Pagamenti e
transazioni**

3

**Risparmio e
assicurazioni**

La visione di Poste Italiane: un gruppo integrato, concentrato su tre priorità

1 Logistica e servizi postali



Campione nazionale di un sistema logistico capillare, competitivo, capace di accompagnare le imprese italiane ed i cittadini verso i flussi ed i processi del commercio in rete; architetto in dialogo con le istituzioni di un nuovo servizio Universale di qualità, sostenibile ed allineato alle nuove esigenze dei cittadini

2 Pagamenti e Transazioni



Leader nelle transazioni e nel finanziamento alle famiglie. Attore centrale nei sistemi di pagamento innovativi/digitali, sicuri e tracciati e motore di digitalizzazione delle transazioni economiche e finanziarie per cittadini, imprese e PA

3 Risparmio e Assicurazioni



Colonna portante nella raccolta e nella gestione del risparmio postale delle famiglie e nell'offerta assicurativa per la tutela e protezione dei clienti; in un ruolo sempre più centrale di ponte tra risparmio e investimenti a sostegno dell'economia reale del Paese

Logistica per l'E-Commerce

- Partner delle imprese a sostegno della loro crescita nel commercio elettronico
- Rete di recapito e raccolta capillare
- Sistemi di pagamento diffusi
- Possibilità di consegne differenziate – a casa o presso gli uffici postali più vicini

Postepay: dall'alfabetizzazione finanziaria all'integrazione digitale

2003

*Dalla alfabetizzazione e
inclusione finanziaria...*



2014

*... all'integrazione delle
esigenze di incasso e
pagamento*



*...alla digitalizzazione delle
esigenze finanziarie...*



- Accredito stipendio
- Mobile App
- Pagamenti Mobili NFC

- Bonifici e addebito utenze
- Miniricariche P2P
- Secure Code dinamico

Risparmio e assicurazione: l'offerta

- Conferma della missione nel Risparmio Postale
- Ampliamento offerta di strumenti di risparmio per offrire prospettive di ritorno in un mondo a 'Tasso zero'
- Crescente formazione e specializzazione del personale per il servizio al cliente
- Promozione di polizze a copertura dei rischi legati alla casa, alla salute e alla previdenza
- Sviluppo inclusivo per ampie fasce di famiglie in un contesto di contrazione del *welfare State*

Indice

→ **Poste Italiane: numeri, risultati e trend**

→ **La nuova missione al servizio del Paese**

→ **Percorso di trasformazione**

→ **Conclusioni**

Le priorità per la trasformazione nel medio – lungo termine

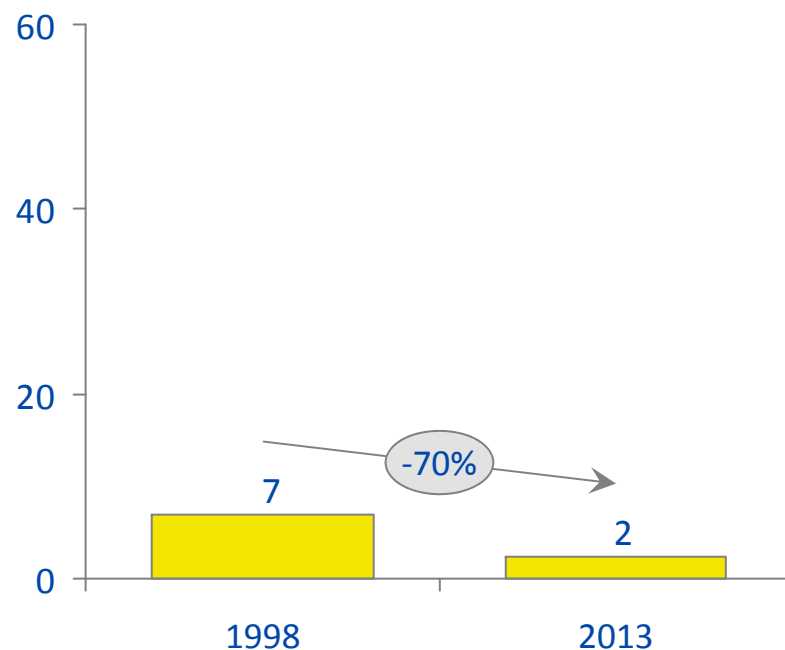
- Focalizzazione su attività strategiche
- Investimento in formazione e tecnologie
- Qualità del servizio al cliente
- Multicanalità
- Ridefinizione del servizio postale (universale)

La domanda di servizi postali riflette la transizione verso l'economia digitale

Servizi Postali

Spesa mensile famiglie italiane

Euro per famiglia al mese

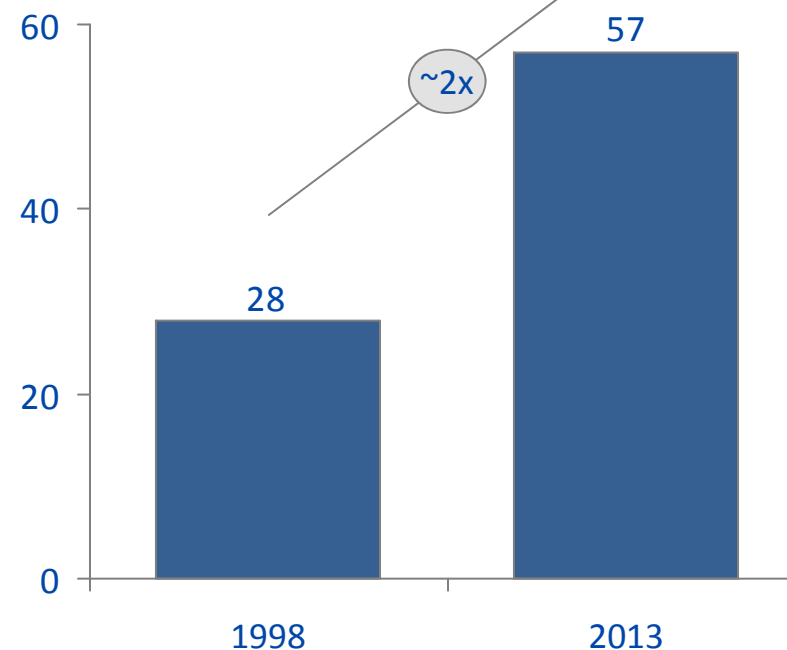


Spesa media mensile delle famiglie per servizio postali diminuita di circa il 70% in 15 anni

Telecomunicazioni

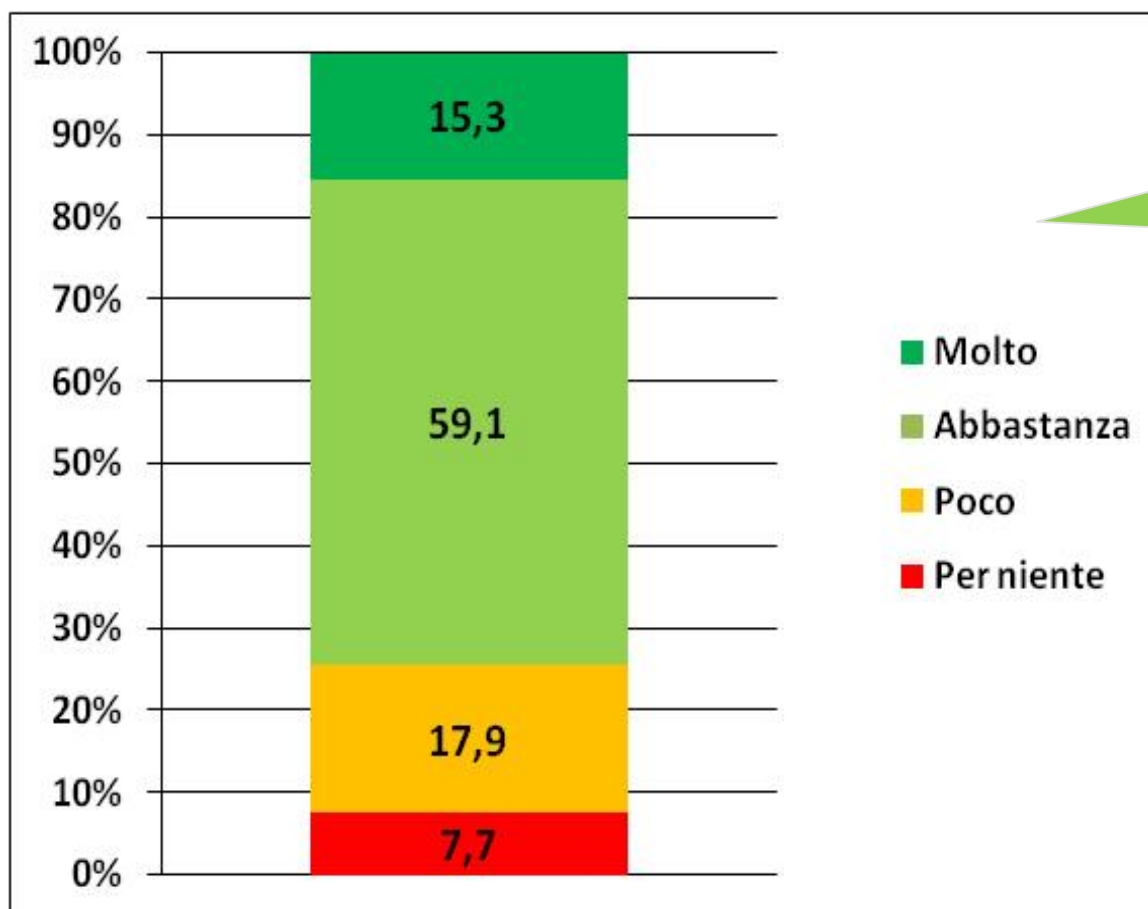
Spesa mensile famiglie italiane

Euro per famiglia al mese



Spesa media mensile delle famiglie per telecomunicazioni raddoppiata in 15 anni

Il recapito quotidiano non risponde più alle esigenze della popolazione



«Quanto è adeguata una consegna a giorni alterni rispetto alle Sue esigenze?»

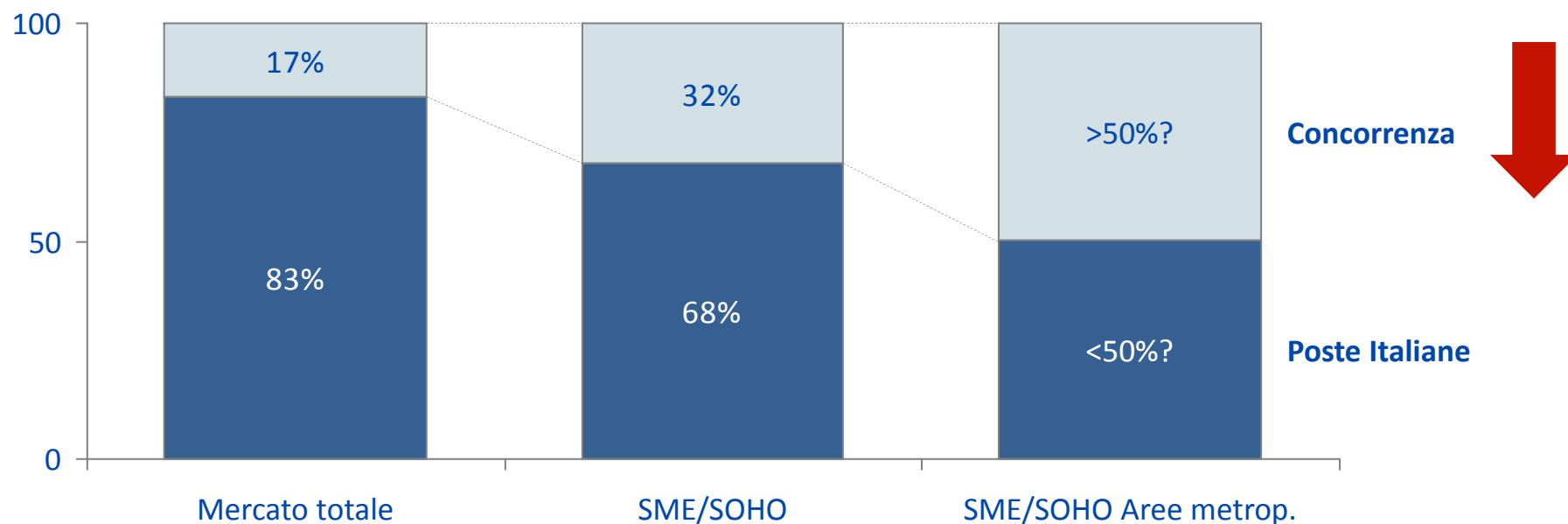
Fonte: Indagine CRA 2014 su un campione rappresentativo della popolazione italiana

La non-sostenibilità dell'onere del servizio universale in Italia: in un contesto di volumi in calo e costi fissi la concorrenza ha aggredito con successo i segmenti più redditizi

CONFIDENZIALE

Pressione competitiva su raccomandate nel segmento PMI in aree metropolitane

Quota di Mercato vol.
Raccomandata



Senza un cambiamento profondo del business e del modello operativo, le perdite del Postale continueranno ad aggravarsi

Fattori di sofferenza del settore postale

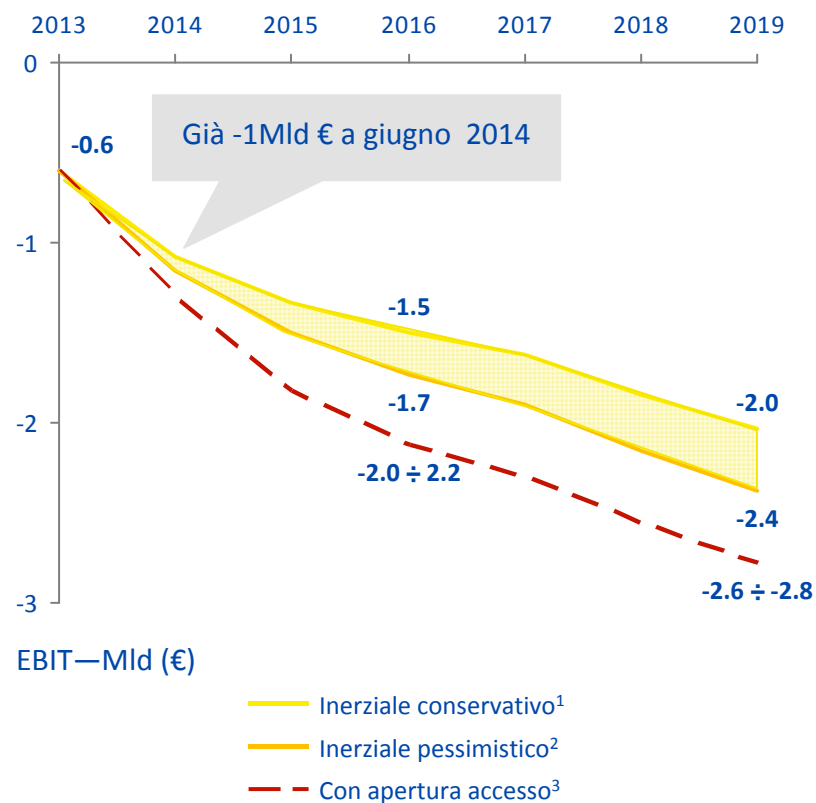
Fattori strutturali

- Digitalizzazione
- Volumi unitari modesti
- Vincoli del servizio universale
- Forte aggressività concorrenziale

Fattori interni

- Possibili miglioramenti di qualità ed efficienza

Proiezioni inerziali di profittabilità del settore postale



1. Calo volumi in leggera attenuazione rispetto a 2011-2013, adeguamento prezzi raccomandata e prioritaria, mantenimento Contributo OSU . 2. Calo volumi con trend del periodo 2011-13. 3. Considerato effetto dell'imposizione dell'obbligo di "accesso alla rete a condizioni eque e ragionevoli"

La crisi del settore postale è presente in tutta Europa ed anche la Commissione Europea ne è consapevole



OUTCOME OF THE CEO MEETING WITH EU COMMISSIONER MICHEL BARNIER

(11 SEPTEMBER 2014)

- Mr. Barnier mentioned that he expected an open exchange on certain key dimensions (USO vs. financial constraints; more regulatory flexibility or not; needs of special groups of population)
- Mr. Philippe Wahl (CEO, La Poste France) made his introduction on behalf of the CEOs, along with the agreed speaking points, a) it is premature to have a final conclusion, but **more flexibility** will be needed in the regulatory framework if we want to maintain the USO, as **governments do not have the budgetary resources** and **parcel growth is not able to compensate** the letter mail volume losses; b) the EC has to ensure that the new competitors also respect the same social and financial rules in order to have a **level playing field**.
- Other comments from the CEOs:
 - Rapid volume decline in letter mail, especially due to electronic substitution; parcel growth is not able to compensate.
 - **5 days delivery should be addressed**.
 - **High reorganisation costs** (especially if done in a social way) and **job losses**, however **change is absolutely needed**, as there is change also in the customer behaviour.
 - The **big challenge of our sector is how to stay economically sustainable** also in the medium and long term. Concrete examples for bigger flexibility: question of delivery frequency, **freedom of setting tariffs**, etc. **Country specificities** have to be taken into account. Cooperation between DG Markt & DG Comp is needed in terms of the **compensation for the unfair burden of the USO**.

Fonte: Estratto dall'Executive Summary dell'incontro tra il Commissario Barnier e gli amministratori degli

La crisi del settore postale è presente in tutta Europa e spinge verso una crescita dei prezzi

- Il Regno Unito (2012), i Paesi Bassi (2013), la Francia (2014) hanno implementato revisioni dei modelli tariffari per fare fronte alla caduta dei volumi; per il 2015 tutti i principali Paesi hanno già annunciato consistenti incrementi tariffari (Francia, Germania, Paesi Bassi, Austria; nel Regno Unito i prezzi dei servizi universali sono di fatto liberi)
- Elemento chiave dei modelli tariffari è il meccanismo di correzione automatica dei prezzi in relazione alla riduzione dei volumi
- L'Italia è in una posizione più critica perché ha volumi più bassi, costi per servire il territorio più alti ed una concorrenza molto aggressiva

In altri Paesi europei sono state erogate importanti misure di sostegno pubblico agli operatori postali

UK**Pre-privatizzazione:**

- Lo Stato ha preso in carico lo schema pensionistico Royal Mail (in saldo negativo per 9,5 Mld GBP)
- Riduzione del debito a bilancio per ~1 Mld GBP a copertura costi per esodi

Pre-e post privatizzazione (2013):

- Spin-off e acquisizione da parte dello Stato della rete di Uffici Postali, sostenuta da contributi pubblici per ~300 Mln GBP l'anno
- Prestito agevolato a gestione Uffici Postali fino a 1,2 Mld GBP

Germania**Pre-e post privatizzazione (2000):**

- Dal 1995 in poi lo Stato ha versato 37 Mld € come contributo ai fondi di pensionamento (di cui 1 Mld € riconosciuti come "aiuti di Stato" non ammessi dalla Commissione Europea)

Belgio**Pre-e post privatizzazione (2006):**

- ~300 M € annui erogati dallo Stato come contributo a copertura ruolo servizio pubblico

Francia

- ~400 M € annui erogati dallo Stato come contributo (a copertura ruolo presenza territoriale e spedizione invii territoriali)

Anche in Italia è giunto il momento di allineare il sistema ai nuovi bisogni

- Lo iato tra servizi postali e nuovi bisogni di servizi digitali si sta drammaticamente ampliando: è necessario assicurare una qualità in linea con i nuovi bisogni
- Poste Italiane continua a fornire il servizio universale dalla fine del 2011 priva di un Contratto di Programma e le risorse pubbliche a parziale compensazione dei crescenti oneri del servizio sono sempre più scarse
- È necessario adattare le regole e gli obblighi di servizio universale a criteri di efficientamento coerenti con i nuovi bisogni delle famiglie, delle imprese e della PA (riduzione della frequenza di recapito) ed alle risorse pubbliche disponibili (262 mln € annui, da legge di Stabilità)
- Occorre ridefinire l'ambito, la qualità ed il valore dei prodotti del servizio universale in linea con le esigenze degli utenti (rimodulazione servizi) prima della definizione del nuovo Contratto di Programma 2015-2019 (da legge di Stabilità da sottoscrivere entro il 31/3/15)

Indice

- **Poste Italiane: numeri, risultati e trend**
- **La nuova missione al servizio del Paese**
- **Percorso di trasformazione**
- **Conclusioni**

Conclusioni

- Abbiamo avviato un processo strategico di trasformazione da condividere con il sistema-Paese
- Poste Italiane è determinata ad essere un forte acceleratore della trasformazione e della competitività del sistema-Paese
- La solidità prospettica di Poste è un fattore fondamentale per lo sviluppo di nuovi servizi, sempre più necessari per assicurare sviluppo e inclusione per le famiglie, le imprese e la PA