

Posteitaliane

Presentato il nuovo Piano Strategico a 5 anni: un unico Gruppo integrato, focalizzato su 3 aree: Logistica e Servizi Postali, Pagamenti e Transazioni, Risparmio e Assicurazioni, in grado di offrire servizi di qualità trasparenti, facili da usare e che migliorino la vita delle persone.

**CAIO: " POSTE 2020: PERSONE, CRESCITA E INNOVAZIONE.
VOGLIAMO ESSERE ARCHITETTI DI UN'ITALIA PIU' DIGITALE E PIU' SEMPLICE".**

Highlights:

- Fatturato in crescita verso i 30 miliardi di euro; inversione di tendenza per i margini che, dopo la flessione iniziata nel 2010, tornano a crescere nell'arco di Piano.
- Circa 3 miliardi di euro di Investimenti in infrastrutture e piattaforme digitali per l'innovazione dell'offerta, di cui 500 milioni per la riqualificazione e la sicurezza degli Uffici Postali.
- Forte crescita nella logistica pacchi con obiettivo di quota di mercato superiore al 30% nel segmento *business to consumer*.
- Sviluppo della piattaforma dei pagamenti digitali: da 20 a 30 milioni di carte di pagamento.
- Riferimento del risparmio in Italia con una raccolta in crescita da 420 a più di 500 miliardi di euro.
- 8000 assunzioni, di cui il 50% tra giovani laureati e nuove professionalità.
- 3 milioni di ore di formazione specialistica e manageriale; nascita della nuova 'Corporate Academy'.
- Conferma del programma avviato nel 2010 per turn over e uscite agevolate finanziate dall'Azienda.
- Stretto dialogo con Istituzioni e Regolatore per adeguare le regole del Servizio Universale postale e il Contratto di Servizio alle mutate esigenze dei cittadini.

Roma, 16 dicembre 2014 - **"Il nostro progetto strategico è disegnato per una profonda trasformazione del Gruppo con un respiro di lungo periodo e proietta Poste Italiane verso il 2020. Siamo testimoni di un'economia che si è mossa verso il digitale. In questo contesto Poste Italiane, attraverso il Piano, vuole diventare motore di sviluppo inclusivo per il Paese accompagnando cittadini, imprese e Pubblica Amministrazione verso la nuova economia digitale attraverso servizi di qualità, semplici, trasparenti e affidabili",** così Francesco Caio, Amministratore Delegato, ha commentato la presentazione del Piano Strategico 2015-2019 di Poste Italiane.

Il Piano prevede un Gruppo integrato focalizzato su tre aree principali con i seguenti obiettivi:

- **Logistica e Servizi Postali:** campione nazionale di un sistema logistico capillare, competitivo e capace di accompagnare le imprese italiane e i cittadini verso l'e-commerce con offerte innovative che integrano le nostre strutture di recapito, i servizi di pagamento, le possibilità di consegna e ritiro pacchi anche presso i nostri Uffici Postali. Servizi postali di qualità e differenziati per diverse esigenze dei clienti e dei cittadini nel quadro di nuove regole per il Servizio Universale.
- **Pagamenti e Transazioni:** motore di digitalizzazione delle transazioni economiche e finanziarie, sicure e tracciabili, per le persone, le Imprese e la Pubblica Amministrazione.
- **Risparmio e Assicurazioni:** asse portante del risparmio delle famiglie e nell'offerta assicurativa, con prodotti trasparenti e di qualità e servizi semplici e sicuri.

Il Piano Strategico di Poste Italiane prevede un fatturato in crescita verso i 30 miliardi di euro e una profittabilità che, dopo anni di flessione, tornerà a crescere nell'arco di Piano; investimenti in piattaforme e servizi digitali per circa 3 miliardi di euro, di cui 500 milioni per la sicurezza e la riqualificazione degli uffici postali come luogo di servizio, assistenza e consulenza ai cittadini e alle famiglie. Il Piano prevede l'ingresso di 8000 nuove persone (50% nuove professionalità) e la riqualificazione di 7000 persone per rispondere alle

mutate esigenze del mercato. Per i dipendenti sono previsti, inoltre, importanti investimenti in formazione manageriale e specialistica attraverso la nascita della nuova 'Corporate Academy' che aiuterà l'azienda nel cambiamento culturale. Sul versante dell'efficienza, il processo di trasformazione avviato si avvale di consolidati meccanismi di incentivazione, già utilizzati in azienda dal 2010, attraverso forme di turn-over agevolato.

Una leva abilitante del 'Piano 2020' resta la ridefinizione del Servizio Universale postale che oggi appare disallineato rispetto ai reali bisogni delle famiglie e quindi non più sostenibile dal punto di vista economico (la spesa media mensile per singolo nucleo si attesta intorno ai 2 euro e il 93% delle persone dichiara di non essere interessato a ricevere quotidianamente la corrispondenza, Fonte: ISTAT). Il dibattito europeo sulla necessità di riforma del servizio universale postale testimonia la natura strutturale di tale revisione, soprattutto in Italia che ha 1/3 dei volumi di corrispondenza pro capite rispetto ai principali Paesi europei.

"Siamo fortemente motivati a trasformare il Gruppo nel rispetto e sulla base dei valori positivi che lo distinguono: la fiducia dei cittadini e la vicinanza al territorio che deriva dalla capillarità della sua presenza fatta di Uffici Postali e di portalettere. **Poste 2020 dovrà essere azienda sociale e di mercato, più vicina ai Clienti e alle loro esigenze** – dice Francesco Caio, CEO di Poste Italiane da maggio 2014. Il nostro ruolo nel Paese, la nostra capacità di essere vicini al territorio ci impongono un impegno continuo verso prodotti e servizi più semplici e sicuri che migliorino la qualità della vita delle persone: gli uffici postali multietnici, i nuovi sistemi di pagamento e incasso con il lancio di Poste PayEvolution e le sim "NFC" - che trasformano lo smartphone in un portafoglio digitale di uso semplice e sicuro - sono un esempio concreto di quanto stiamo già facendo. Anche il nostro ruolo nell'ampliamento dell'offerta di strumenti di risparmio e assicurativi ha valenza sociale e di mercato: da un lato per offrire ad ampie fasce di famiglie prospettive di ritorno in un modo a 'Tasso zero'; dall'altra nella promozione di polizze per i rischi legati alla salute, alla casa e alla previdenza in un contesto di contrazione del *welfare State*".

"Vogliamo essere gli architetti di un Paese più digitale e quindi più semplice, coinvolgendo le Imprese e la Pubblica Amministrazione – aggiunge Caio. Vogliamo aiutare le aziende a entrare nell'e-commerce e a colmare il gap con l'Europa dove siamo il Paese con il tasso di penetrazione più basso (3% verso una media europea del 7%, Fonte: Netcom). Anche nei pagamenti digitali l'Italia è all'ultimo posto tra i Paesi più industrializzati (solo 71 operazioni pro capite all'anno non in contante a fronte di una media europea di 199): anche in questo ambito possiamo giocare un ruolo importante di alfabetizzazione digitale supportando le piccole e media imprese attraverso servizi facili, sicuri e trasparenti. **Nei confronti della Pubblica Amministrazione** – dice ancora Caio – **abbiamo già avviato in tutta Italia il progetto 'Sportello Amico', con oltre 6000 punti di contatto dedicati all'emissione di certificati anagrafici, patenti e passaporti per ridurre le distanze tra cittadini e Stato**".

"Il Piano 'Poste 2020' è molto ambizioso ma non può prescindere da un ripensamento del servizio universale postale adeguato alle nuove esigenze delle famiglie italiane in un contesto di evoluzione digitale – dice Francesco Caio. Per questo è importante definire l'ambito, la qualità e il valore dei prodotti del servizio universale, in linea con le esigenze dei clienti, prima della firma del nuovo Contratto di Programma 2015\2019 prevista per marzo 2015".

"Il Piano che abbiamo costruito rappresenta una formidabile sfida di trasformazione culturale e tecnologica – conclude Caio -, **ma con il senso di appartenenza delle nostre persone, la fiducia dei Clienti e gli investimenti in innovazione e formazione possiamo fare davvero di Poste Italiane una delle più belle aziende italiane e contribuire al rinnovamento e alla modernizzazione del Paese**".