Evoluzione PosteShop

Gennaio 2015

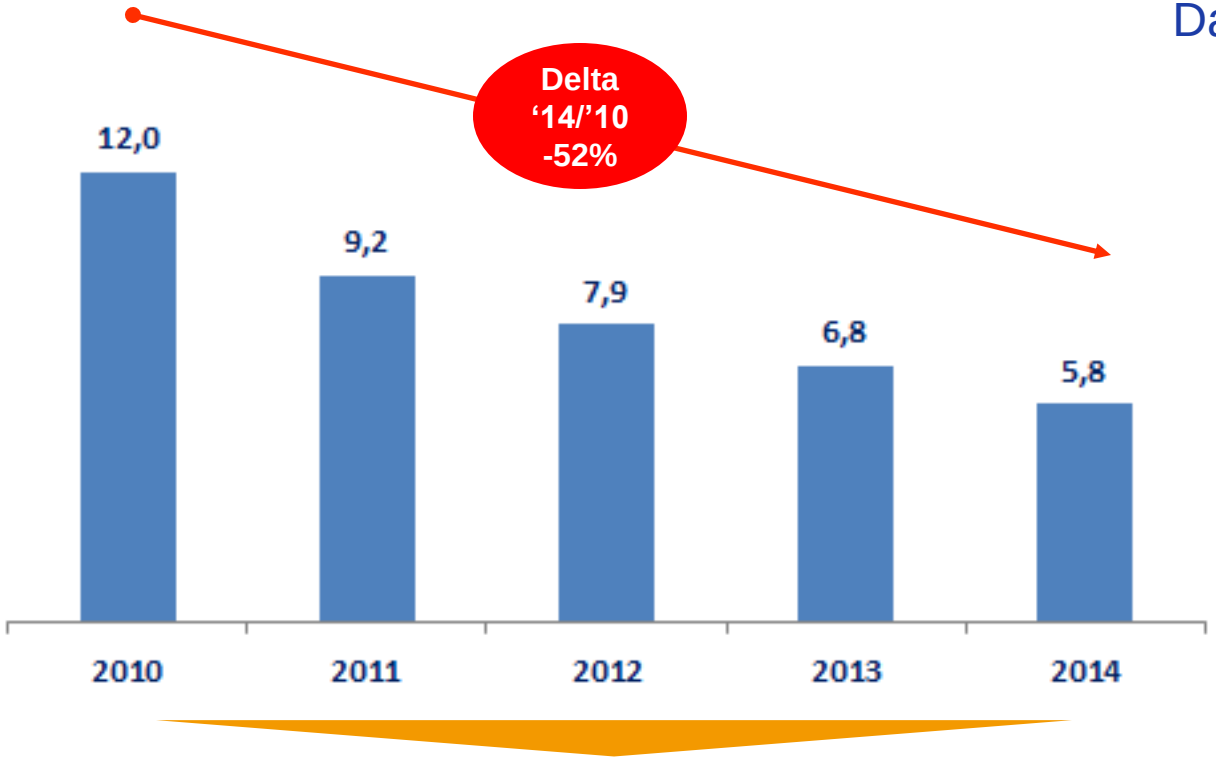
Posteitaliane

Premessa

L'analisi delle performance commerciali dell'offerta PosteShop e della redditività dei canali commerciali presenti all'interno degli Uffici Postali ha evidenziato:

- Redditività dei punti vendita fisici (SIS), progressivamente in calo negli ultimi anni ed in particolare nel I° semestre 2014
- Significative differenze nella redditività delle diverse componenti della gamma di offerta PosteShop
- Elevati costi di gestione dei punti vendita
- Aspetti di natura logistica connessi soprattutto ai molteplici canali di approvvigionamento
- Incidenza maggiore degli spazi occupati all'interno degli Uffici Postali rispetto a canali commerciali a maggiore redditività (I SIS occupano mediamente circa 40 mq all'interno di ciascun UP, corrispondenti a 3 sale consulenza e 5 Corner)

Dati mn€



- **Dal 2010, a parità di perimetro (senza Lotterie e Biglietteria Eventi), si registra una performance sui ricavi pari al -52%**
- **Decrementi in termini assoluti concentrati in particolare su editoria, musica/ video**

Posteitaliane

Sulla base degli elementi descritti in premessa e in considerazione delle mutate abitudini della clientela, in termini di **propensione all'utilizzo del canale on-line**, occorre definire il **riposizionamento strategico di PosteShop**, sia dal punto di vista dei canali di vendita che della gamma di offerta attraverso:

- **Focalizzazione e sviluppo del canale a distanza ON LINE**
- **Razionalizzazione della gamma di offerta e focalizzazione sui prodotti/servizi a maggiore redditività per Poste che possano incrementare la pedonabilità negli Uffici Postali o prodotti di alta gamma che consentano di sfruttare sinergie con altri servizi offerti dagli Uffici Postali**

FOCUS «Razionalizzazione della gamma di offerta e focalizzazione sui prodotti/servizi a maggiore redditività che possano incrementare la pedonabilità negli Uffici Postali o prodotti di alta gamma che consentano di sfruttare sinergie con altri servizi offerti dagli Uffici Postali»

- **E' stata avviata l'attività di reso di tutte le referenze (sia PosteShop sia Editoria) ad eccezione di una selezione di prodotti di cartoleria e cancelleria funzionali ad altri servizi, con particolare riferimento ai servizi postali (es. buste e pacchi)**
- **Previsto superamento della rete fisica degli Shop in Shop (a partire da aprile 2015)**

Area Territoriale	Regione	N. SIS	N. Opetratori Vendite Posteshop (Consistenza TI - gen. 2015)
Nord Ovest	Liguria	7	13
	Piemonte	11	20
Nord Est	Friuli Venezia Giulia	4	6
	Trentino Alto Adige	3	6
	Veneto	12	15
Lombardia	Lombardia	34	61
Centro Nord	Emilia Romagna	14	29
	Marche	4	8
Centro 1	Toscana	27	44
	Umbria	2	4
Centro	Abruzzo	5	9
	Lazio	30	52
	Sardegna	7	12
Sud	Calabria	4	6
	Campania	14	22
Sud 1	Basilicata	2	2
	Molise	2	2
	Puglia	12	20
Sicilia	Sicilia	13	23
Totale		207	354

Le risorse attualmente applicate sui 207 SIS verranno reimpiegate, in coerenza con la professionalità maturata, all'interno dell'UP di appartenenza o in altri UP dello stesso comune prevalentemente su attività di front-end