

CONTRATTO DI PROGRAMMA 2020-2024

AUDIZIONE PRESSO LA IX COMMISSIONE TRASPORTI, POSTE E TELECOMUNICAZIONI
CAMERA DEI DEPUTATI

ROMA, 30 OTTOBRE 2019

1. L'attuale impegno di Poste Italiane per lo sviluppo del Paese

2. Il mercato postale tra e-substitution ed e-commerce

3. Il Nuovo Contratto di Programma: novità e sfide

1 Poste Italiane al servizio del Paese

2 Una nuova relazione con le Istituzioni locali

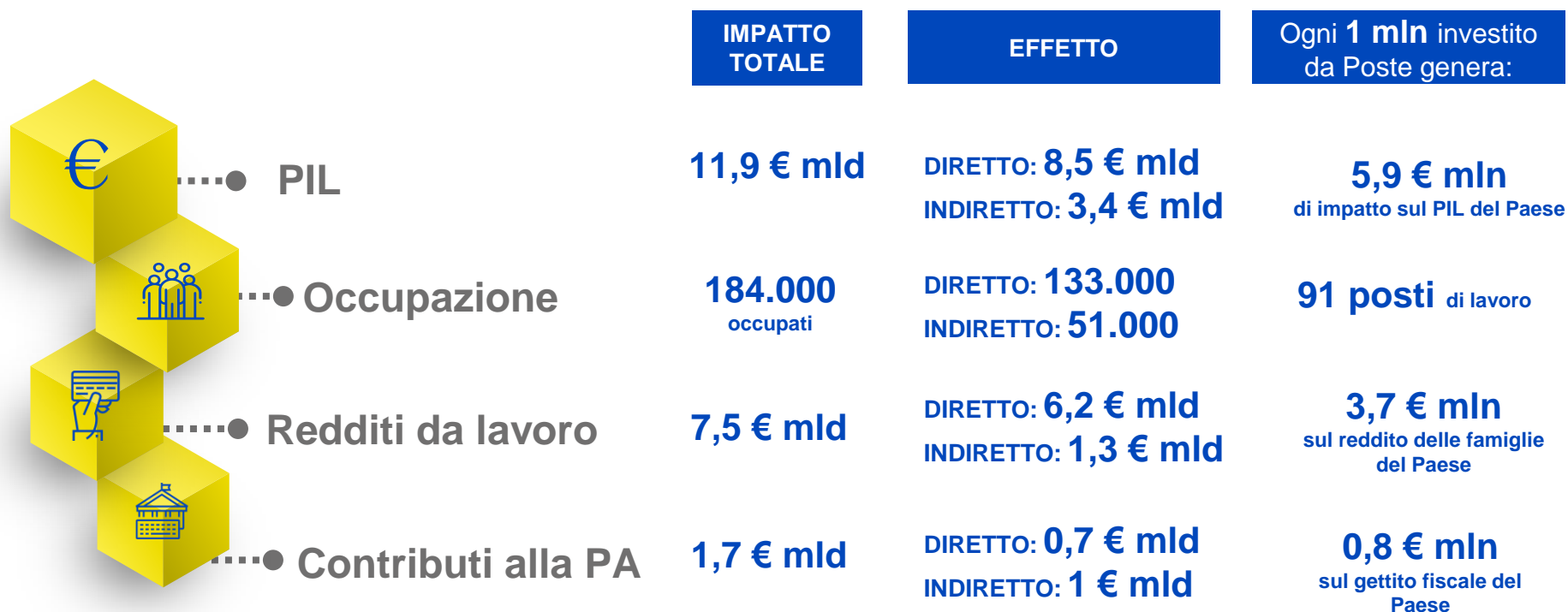
3 L'evoluzione delle reti di recapito a supporto dei nuovi servizi

4 Il Risparmio postale per lo sviluppo del Paese

1. POSTE ITALIANE AL SERVIZIO DEL PAESE

L'IMPATTO SULLO SVILUPPO ECONOMICO

L'attività di Poste Italiane contribuisce a **sostenere significativamente l'economia e il lavoro** nel Paese

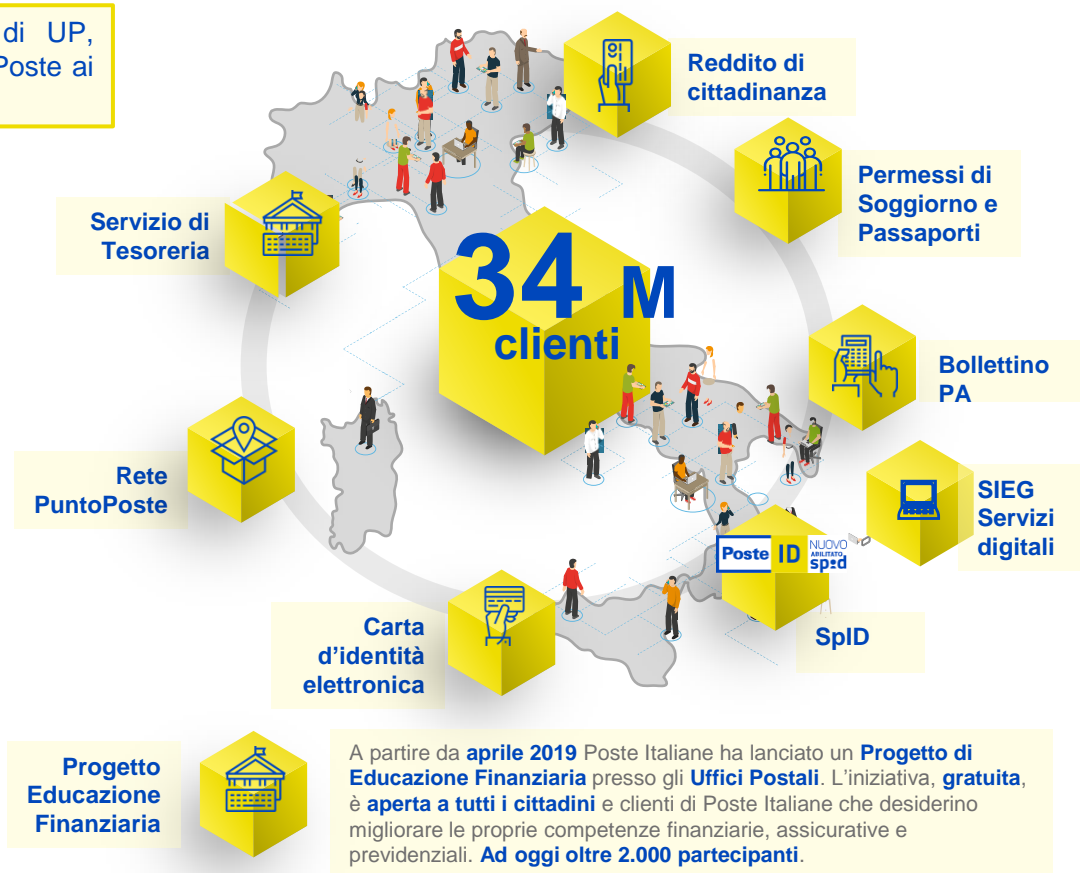
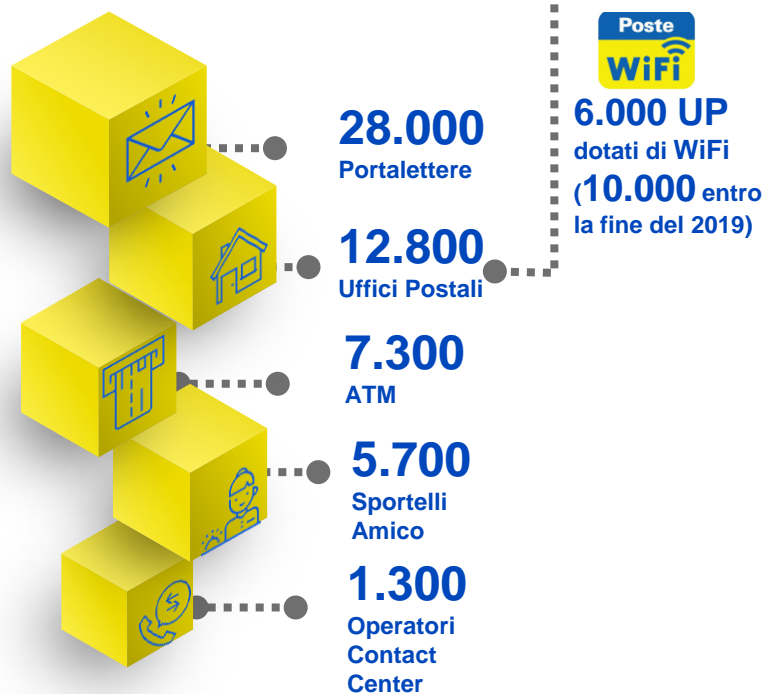


1. POSTE ITALIANE AL SERVIZIO DEL PAESE

LA CENTRALITÀ DI POSTE SUL TERRITORIO

Nel nuovo Piano 2020 Poste ha fatto della sua rete un punto di forza e, **impegnandosi a non incidere sulla numerosità complessiva degli uffici postali e a non chiuderne nei piccoli comuni**, ha consolidato la sua presenza sul territorio nazionale.

L'elevatissima capillarità sul territorio della rete di UP, presenti anche nelle zone rurali e disagiate, colloca Poste ai massimi livelli in Europa



2. UNA NUOVA RELAZIONE CON LE ISTITUZIONI LOCALI

GLI IMPEGNI CON I PICCOLI COMUNI

L'incremento sostanziale del numero di incontri svolti con le Istituzioni Locali è prova della **costante attenzione** che Poste Italiane ripone **nei confronti delle comunità locali**, anche facendo seguito agli **impegni assunti da Poste** nei confronti dei piccoli Comuni



Gli impegni con i piccoli comuni

In Italia ci sono **5.544 Comuni sotto i 5.000 abitanti**, che rappresentano il 69,45% del numero totale dei Comuni italiani

Nell'incontro del **2018** con i Sindaci d'Italia, Poste Italiane ha presentato **10 impegni per i piccoli Comuni, che sono stati tutti mantenuti**

Il 28 ottobre 2019, alla presenza di circa **4.000 sindaci**, Poste ha rinnovato i propri impegni per i piccoli Comuni e ne ha assunti di nuovi



7 IMPEGNI RINNOVATI

1. Nessuna chiusura di Ufficio Postale
2. Installazione di nuovi sportelli ATM
3. Servizio "Tesoreria"
4. Più sicurezza negli Uffici Postali
5. Abbattimento barriere architettoniche
6. Progetti immobiliari di solidarietà sociale
7. Rafforzamento del presidio negli Uffici Postali dei Comuni turistici
8. Servizi a domicilio e tabaccai aderenti a PuntoPoste
9. Wi-Fi gratuito negli Uffici Postali
10. Ufficio centrale dedicato



- **600** nuovi **ATM** installati
- **5.600** spot **wi-fi gratuiti**
- **3.700** telecamere di **videosorveglianza**
- **550** **barriere architettoniche** abbattute

+ 7 NUOVI IMPEGNI

8. Programmi di educazione finanziaria, digitale e postale
9. Servizio di acquiring tramite pos
10. Puntoposte da te (locker)
11. Servizi di informazione per i cittadini
12. Programmi di filatelia
13. Cassette postali smart
14. Nuova flotta green con riduzione emissioni (40%)



1.190 Incontri con Istituzioni Locali aventi a oggetto principalmente l'installazione di ATM, i servizi di recapito, tematiche legate agli Uffici Postali, al progetto «Piccoli Comuni» e alla Filatelia.

Di cui **836 Incontri con Istituzioni locali dei Piccoli Comuni**: più di **1.500 amministratori locali** già incontrati sui temi di interesse e sulle necessità del territorio

3. L'EVOLUZIONE DELLE RETI DI RECAPITO A SUPPORTO DEI NUOVI SERVIZI

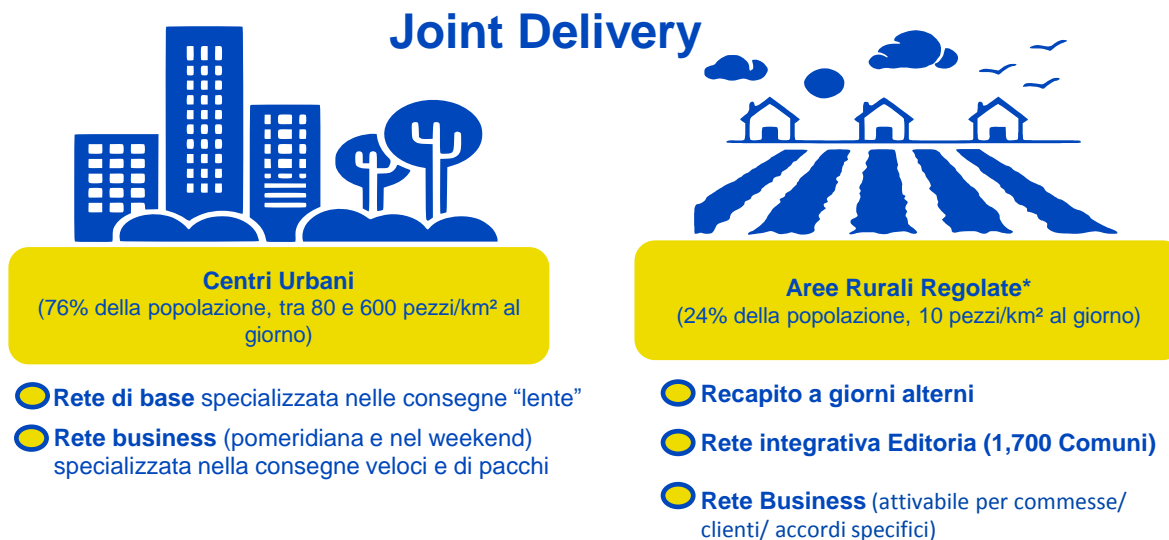
DAI GIORNI ALTERNI AL «JOINT DELIVERY», IL NUOVO MODELLO DI RECAPITO

La legge di bilancio 2015, la delibera AGCom 395/15 AGCom e il Contratto di Programma 2015-2019 hanno abilitato l'adozione di nuovi modelli di recapito in linea con l'evoluzione del mercato e con i nuovi bisogni di cittadini, imprese e pubbliche amministrazioni

Poste Italiane ha messo in campo un'ambiziosa **strategia di completo riassetto della rete** logistica e dell'organizzazione del recapito, coniugando efficacia operativa ed efficienza dei costi e **diventando un modello di riferimento a livello europeo**

Recapito a giorni alterni: Poste Italiane è stato il primo operatore in Europa a implementare, dal 2015, in accordo con le autorità di settore, una **soluzione strutturale al declino degli invii di corrispondenza**, senza sacrificare i bisogni degli utenti, grazie all'adozione di soluzioni dedicate (es. rete integrativa editoria)

«Joint Delivery»: sulla base di uno storico accordo con i sindacati, dal 2018 **la rete di recapito è stata ulteriormente riorganizzata in funzione delle nuove sfide di mercato**, consentendo all'Azienda di conquistare un ruolo di primo piano nel mercato emergente dei servizi logistici per l'*e-commerce* (**60 mln di pacchi consegnati dai postini nel 2019**)



3. L'EVOLUZIONE DELLE RETI DI RECAPITO A SUPPORTO DEI NUOVI SERVIZI

GLI INVESTIMENTI SULLA RETE LOGISTICA

Alla riorganizzazione dei processi di recapito si è accompagnato un ingente piano di investimenti necessari per gestire la trasformazione del modello di business

A Bologna l'**HUB** logistico più grande e moderno del Paese

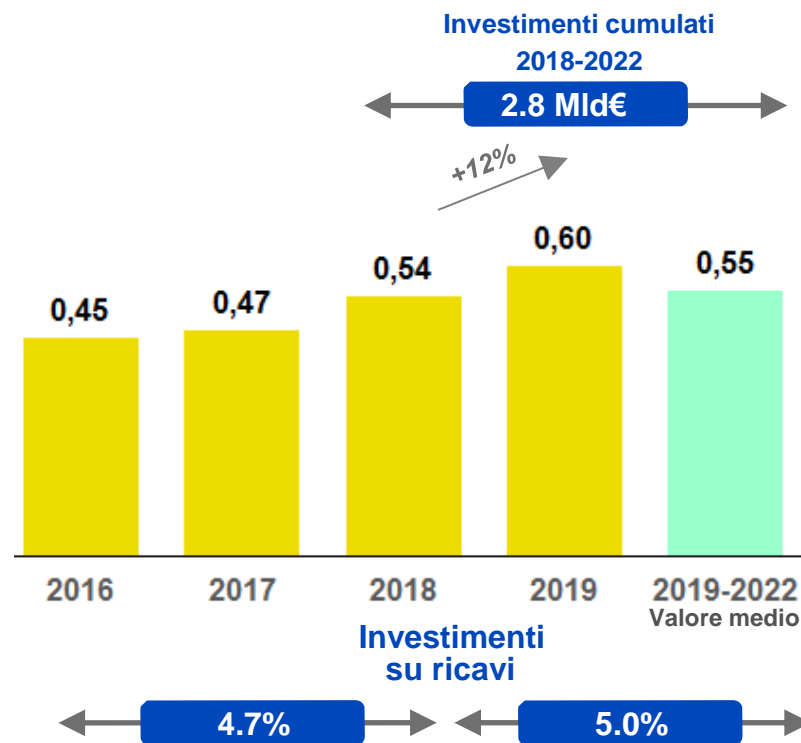
Applicata la **metodologia LEAN** su tutti i **10 centri di meccanizzazione** in Italia

Nuovo vettore aereo **Poste Air Cargo** a supporto di logistica ed e-commerce

Innovazione del parco mezzi in ottica **green** (+350 tricicli elettrici)

Sviluppo punti di recapito alternativi (Locker, rete tabaccai, esercizi commerciali)

Piano degli investimenti Poste Italiane



100 milioni di pacchi e-commerce consegnati dal Gruppo Poste nel 2019

3. L'EVOLUZIONE DELLE RETI DI RECAPITO A SUPPORTO DEI NUOVI SERVIZI

MENO LETTERE, PIU' PACCHI

Grazie ai nuovi modelli di recapito, agli ingenti investimenti e agli accordi con i principali player e-commerce, nel 2018 la crescita dei ricavi dei pacchi affidati a Poste ha sostanzialmente compensato, per la prima volta, il calo strutturale della corrispondenza

Poste Italiane sta progressivamente incrementando la sua presenza sul segmento di mercato dei pacchi colmando il gap che l'ha storicamente separata dai principali operatori postali europei

€ bn se non diversamente specificato

RICAVI DA MERCATO

2017 2018 2022

3,6 3,6 ✓ 3,5

RICAVI PACCHI e-commerce

0,2 0,3 ✓ 0,6

QUOTA DI MERCATO e-commerce

30% 33% ✓ 40%

PACCHI CONSEGNATI DAI POSTINI (Mln pezzi)

35 45 ✓ >100

RICAVI PER DIPENDENTE (€ '000)

60 62 ✓ 68

FATTORI ABILITANTI



Trasformazione del network



Centralità del cliente nei processi aziendali



Fiducia dei mittenti attraverso la customer experience



Approccio vincente in risposta all'evoluzione del mercato

4. IL RISPARMIO POSTALE PER LO SVILUPPO DEL PAESE

LA CREAZIONE DI VALORE PER LO STATO E PER GLI AZIONISTI

Sin dalla nascita dei Libretti Postali (1875) e dei Buoni Postali (1925), Poste rappresenta un punto di riferimento per la raccolta del risparmio degli Italiani

Un totale di masse gestite pari a **514 miliardi di euro** nel 2018, di cui:

325 miliardi di euro nel Risparmio Postale

53 miliardi di euro nei Conti Correnti

Per un numero di correntisti Banco
Posta pari a circa **6,3 milioni**



Il **titolo Poste sale oltre la barriera degli 11 euro**, un nuovo balzo in avanti che aggiorna i massimi storici

Da inizio anno il **titolo segna un progresso che supera il +60%** e la capitalizzazione raggiunge quasi i 14 miliardi dagli 8 dell'aprile 2017

Il **Total Shareholder Return** ha **superato il 100%** per chi ha comprato le azioni il 27 aprile 2017

L'attuale impegno di Poste Italiane per lo sviluppo del Paese

Il mercato postale tra e-substitution ed e-commerce

Il Nuovo Contratto di Programma: novità e sfide

1 Le peculiarità del mercato italiano della corrispondenza

2 Lo sviluppo del mercato dei pacchi e dell'e-commerce

3 L'Onere del Servizio Universale

4 La trasformazione digitale

5 Verso un nuovo «Postal Act»

1. LE PECULIARITÀ DEL MERCATO ITALIANO DELLA CORRISPONDENZA

IL «GAP» DELL'ITALIA RISPETTO AGLI ALTRI PAESI EUROPEI

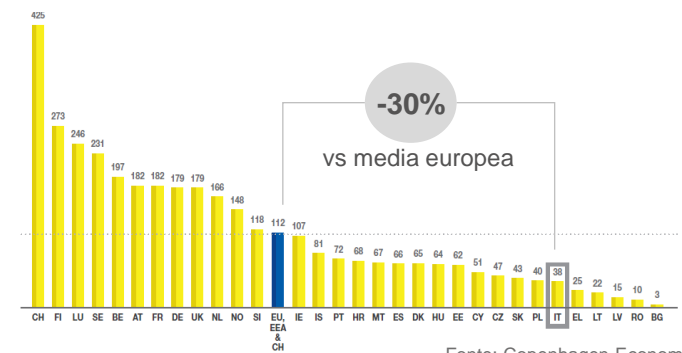


Il Mercato italiano della corrispondenza presenta una serie di caratteristiche peculiari, che hanno dato luogo ad un assetto complessivo che per molti versi si distingue da tutti gli altri paesi europei

Bassi volumi pro-capite

- L'Italia è, storicamente, uno dei Paesi con il **più basso livello di consumi postali**
- La **contrazione del mercato** si colloca ad uno dei massimi valori riscontrati a livello europeo e mondiale: **-50% tra il 2011 e il 2022**

Numero di articoli di Corrispondenza pro-capite annui

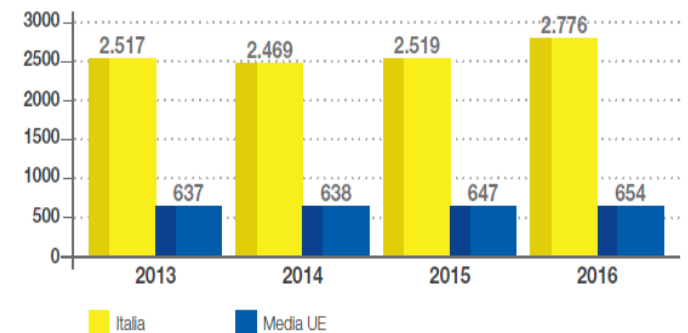


Fonte: Copenhagen Economics, 2018

Competizione accesa e «unfair»

- **Maggior numero di operatori postali alternativi** al Fornitore di Servizio Universale
- **Forte presenza di operatori** dotati di una propria rete di recapito nell'ultimo miglio (cd. concorrenza «end-to-end»)
- **Concorrenza al ribasso sul costo del lavoro**, con effetti negativi su imprese in regola, lavoratori e qualità del servizio

Operatori postali dotati di licenza o autorizzazione



Fonte: Elaborazione FUB su dati Copenhagen Economics, ERPG e Mise

2. LO SVILUPPO DEL MERCATO ITALIANO DEI PACCHI E DELL'E-COMMERCE

SIGNIFICATIVA CRESCITA MA CON SITUAZIONE DI PARTENZA DIFFICILE



Anche il mercato dei pacchi/e-commerce presenta alcune specificità, **ma le prospettive di crescita sono incoraggianti**

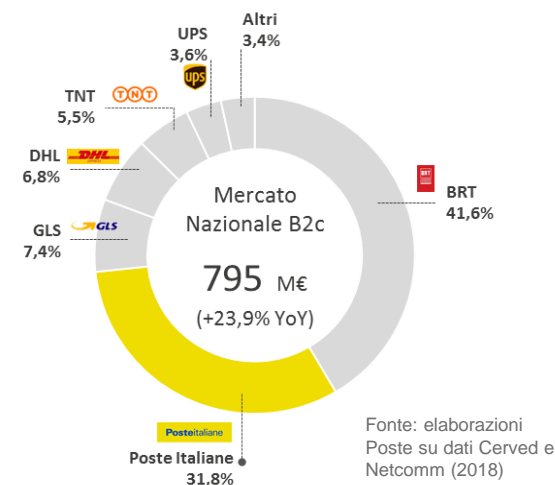
Bassi volumi pro-capite

- Anche il **mercato dei pacchi** (e dell'e-commerce in particolare) sconta un **gap rispetto ad altri Paesi UE** (2 invii/anno pro-capite rispetto ai 10 invii della media europea)
- **Il trend tuttavia è in crescita** e l'auspicio è quello di recuperare rapidamente posizioni rispetto agli operatori europei

Concorrenza vivace

- La **vivace concorrenza** è incentrata su una **forte caratterizzazione tecnologica** dei servizi a valore aggiunto offerti dagli operatori.
- La **natura degli attori in gioco è eterogenea**: alcuni sono di proprietà di **operatori postali europee**, altri sono operatori **globali**, altri ancora sono **operatori verticalmente integrati** con piattaforme di e-commerce.

Mercato nazionale B2C 2017 (QdM a valore)



3. ONERE DEL SERVIZIO UNIVERSALE

COSTANTE «SOTTOCOMPENSAZIONE» DA PARTE DELLO STATO ITALIANO

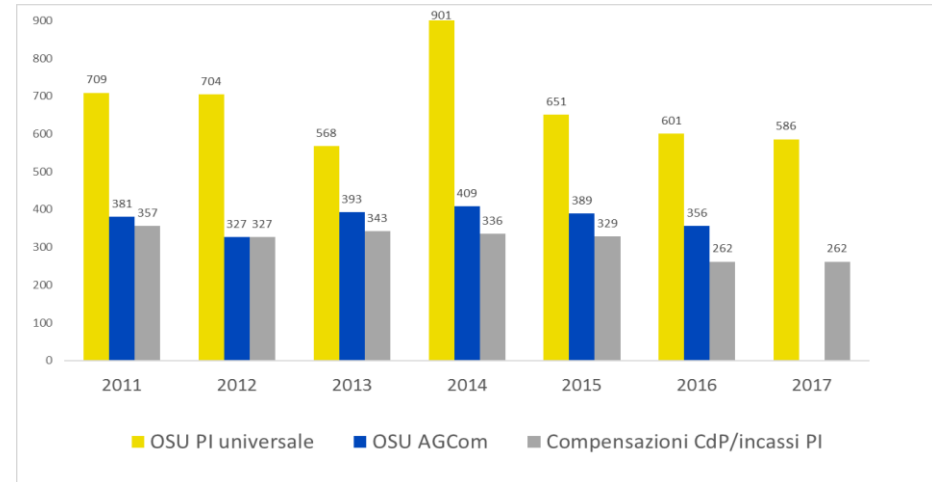
In tale contesto (mercato della corrispondenza povero e in ulteriore contrazione, forte competizione in tutti i segmenti e costi fissi derivanti dagli obblighi di Servizio Universale), il comparto postale di Poste ha inevitabilmente sofferto; **tant'è che Poste continua a registrare un Onere del Servizio Universale alquanto significativo**

Stanziameti
statali inferiori
all'Onere
accertato da
AgCom

- L'Onere quantificato da AGCom è finanziato dallo Stato nella misura massima **262,4 mln/€** (Legge di Stabilità 2015)
- **Gli stanziamenti statali sono risultati di gran lunga inferiori rispetto all'Onere determinato da AGCom**

Fondo di
compensazione
mai attivato

L'attuale CdP prevede la possibilità di integrare tali stanziamenti con **un fondo di compensazione** alimentato dagli operatori del settore (sino ad un massimo di 89 mln €/anno), ma **tale strumento non è stato mai di fatto attuato**



Poste è costretta a **sovvenzionare le perdite derivanti dagli obblighi di Servizio Universale con i profitti maturati sugli altri mercati** in cui opera (a danno dei propri azionisti, ivi incluso lo Stato).

Gli operatori alternativi, privi di qualsiasi obbligo e con organizzazioni del lavoro molto meno costose e più flessibili, sono in grado di massimizzare a proprio vantaggio gli obblighi posti a carico del Fornitore di Servizio Universale

4. LA TRASFORMAZIONE DIGITALE

EVOLUZIONE DEGLI SCENARI EUROPEI

Dalla firma dell'attuale CdP (2015), **il mercato postale attraversa un processo di ulteriore rapida e profonda trasformazione a livello globale**. I nuovi bisogni dei cittadini, accelerati e abilitati dallo sviluppo delle tecnologie digitali, stanno rivoluzionando servizi e assetti di mercato immutati per lungo tempo

Le comunicazioni cartacee, in riduzione sia in termini di volumi che di ricavi, diventano parte di un nuovo mercato allargato, inclusivo di comunicazioni digitali e pacchetti, entrambi in forte crescita

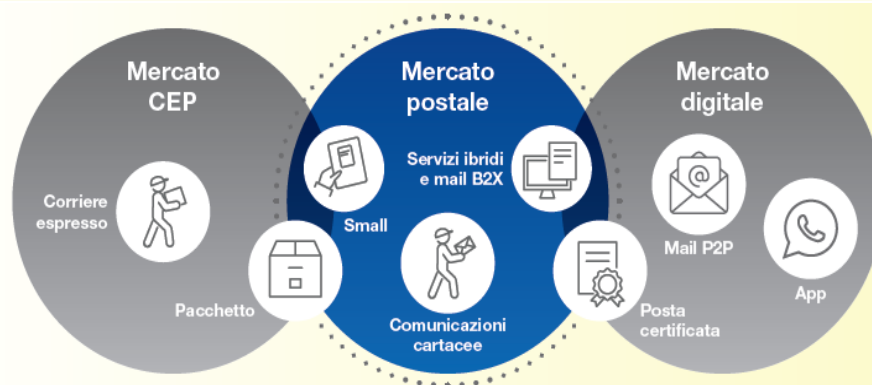
Comunicazioni digitali

I servizi di posta tradizionali cedono il passo alle comunicazioni elettroniche (le Raccomandate sono sostituite dalla PEC, mentre gli invii di bollette, estratti conto, fatture e comunicazioni pubblicitarie sono in parte sostituiti dai servizi digitali via web)

E-commerce

L'esplosione del commercio elettronico sta radicalmente trasformando le abitudini di consumo delle persone, e, con esse, il mercato della logistica e del trasporto

La **e-substitution** sta disegnando un **nuovo perimetro del mercato**, prodotto dagli sconfinamenti del mercato digitale (comunicazioni elettroniche) e del segmento Corriere espresso e Pacchi (soprattutto per effetto della diffusione del commercio elettronico)



5. VERSO UN NUOVO «POSTAL ACT»

LE SFIDE PER I POLICY MAKER E PER POSTE ITALIANE

È giunto il momento di **avviare una riflessione congiunta per garantire all'Italia un sistema di recapito sostenibile, dinamico**, innovativo, realmente competitivo e accessibile a tutti i cittadini

Contesto normativo e regolamentare

Occorrerà **immaginare una evoluzione del contesto normativo e regolamentare** in grado di rispondere efficacemente alle **sfide poste dall'evoluzione (tecnologica)** del mercato e dai nuovi bisogni della clientela, garantendo un **campo da gioco uguale per tutti gli operatori** in termini, anzitutto, di tutela dei diritti dei lavoratori, in cui la concorrenza sia basata sulla qualità del servizio

Perimetro del servizio universale

Altra sfida importante è quella relativa al **ruolo e al perimetro del Servizio Universale nei prossimi anni** e alla sua sostenibilità nel tempo.
La rete postale (grazie alla sua capillarità), potrà essere sempre più un indispensabile “strumento di comunità”, utile a perseguire obiettivi di policy a tutela della coesione territoriale, economica e sociale del Paese e dei piccoli comuni

Le opportunità del mercato on line

Le opportunità offerte dalla crescita del commercio elettronico potranno **migliorare significativamente la presenza sui mercati nazionali e esteri del nostro tessuto produttivo**, a vantaggio, soprattutto, dei prodotti “made in Italy”

Occorrerà uno **sforzo collettivo, che veda i policy maker, la PA, le imprese e il sistema formativo** uniti per favorire lo sviluppo del mercato digitale di beni e servizi, mettendo a disposizione di tutti gli utenti e delle aziende (anche le più piccole) **piattaforme di servizi, strumenti di digitalizzazione e reti logistiche adeguate alle sfide del futuro**

L'attuale impegno di Poste Italiane per lo sviluppo del Paese

Il mercato postale tra e-substitution ed e-commerce

Il Nuovo Contratto di Programma: novità e sfide

1 Iter di approvazione del nuovo CdP

2 Ruolo e caratteristiche del nuovo CdP

3 Forte spinta ai servizi innovativi e alla trasformazione digitale

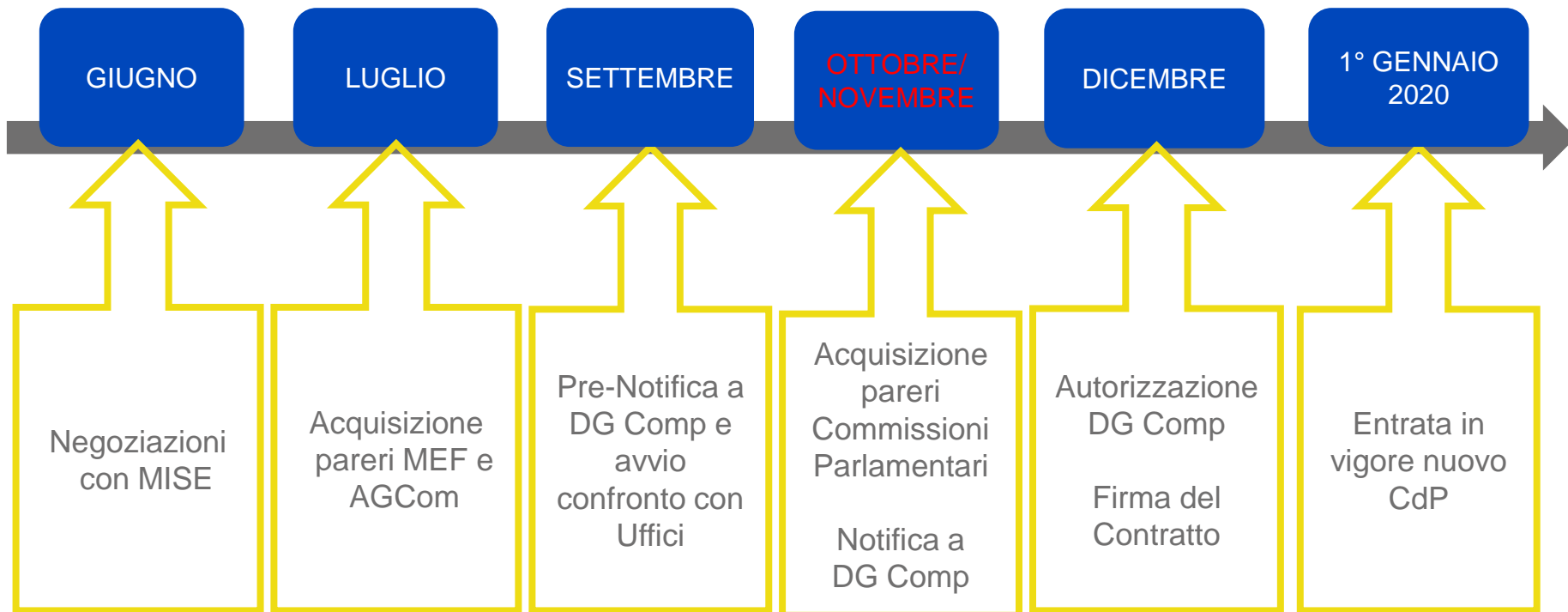
4 Rinnovato impegno al mantenimento della capillarità territoriale

5 Conferma dell'attuale impianto

1. ITER DI APPROVAZIONE DEL NUOVO CDP

STATO DELL'ARTE E PROSSIMI PASSI

In considerazione della prossima scadenza dell'attuale CdP, è auspicabile che l'iter nazionale di approvazione si completi quanto prima, in modo da poter effettuare a novembre la notifica formale alla Commissione Europea



**La Commissione Europea non ammette «ultrattività» del CdP:
la scadenza del 31 dicembre 2019 è inderogabile**

2. RUOLO E CARATTERISTICHE DEL NUOVO CDP

In un contesto difficile e complesso, **il nuovo CdP rappresenta un indispensabile tassello per avviare l'auspicato percorso di trasformazione dell'intero settore**

1. Forte spinta alla trasformazione digitale e ai servizi innovativi che Poste si impegna a offrire a PA, imprese e cittadini

2. Rinnovato impegno alla capillarità territoriale (uffici postali e recapito), in discontinuità con i precedenti piani industriali

3. Conferma dell'attuale stanziamento, del Fondo di compensazione (la cui attivazione spetta ad AGCom) **e della la durata quinquennale del contratto**

3. FORTE SPINTA AI SERVIZI INNOVATIVI E ALLA TRASFORMAZIONE DIGITALE

«DIGITAL SWITCH» E SOLUZIONI INTEGRATE PER LE AZIENDE E LE P.A.

Poste come **partner della Pubblica Amministrazione** e delle imprese, rendendo disponibili **soluzioni integrate fisico/digitale utili ai cittadini**

Recapito fisico/digitale
(«Digital Switch»)



Sarà realizzata una «**Piattaforma digitale di comunicazione integrata**» (coerente con gli obiettivi dell'Agenda Digitale) per **supportare il processo di comunicazione digitale** tra cittadini, aziende e PA, salvaguardando i cittadini in digital divide

Gestione fisico/digitale
delle **istanze dei cittadini**



Sarà assicurata l'**accettazione in formato cartaceo presso gli uffici postali** ovvero al domicilio degli stessi tramite la rete dei portalettere, **ai fini della successiva trasmissione in modalità digitale** (full digital)

Consegna di **documenti**
rilasciati dalla PA



Saranno consegnati documenti per finalità amministrative e/o di pubblica sicurezza (quali a titolo esemplificativo e non esaustivo **carte di identità, patenti, passaporti e certificati elettorali**)

Incubatore start up nel
settore logistica



Poste porrà i **propri asset e il proprio know how a disposizione dei giovani** che intendano avviare nuove imprese nel settore logistico

3. FORTE SPINTA AI SERVIZI INNOVATIVI E ALLA TRASFORMAZIONE DIGITALE

ALTRI PROGETTI PER LE PA



Poste potrà sviluppare **progetti relativi a servizi di logistica per centri urbani e aree rurali**, oltre a quelli già previsti in materia di e-government, e-procurement, riscossione e pagamento, abbattimento del digital divide etc.

Servizi di **logistica per centri urbani e aree rurali**

Soluzioni tecnologiche per l'abbattimento del **digital divide** infrastrutturale

Applicazioni **informatiche integrate** nei processi delle pubbliche amministrazioni

Servizi a supporto di iniziative di **e-procurement**

Servizi di emissione e di consegna di **certificati e attestazioni**

Supporto e assistenza verso la **popolazione anziana** per promuovere l'utilizzo di strumenti informatici

Servizi di **riscossione e pagamento**

Strumenti a supporto dello sviluppo dei servizi di **e-government**

3. FORTE SPINTA AI SERVIZI INNOVATIVI E ALLA TRASFORMAZIONE DIGITALE

ALTRI SERVIZI INNOVATIVI

Sono introdotti e sviluppati ulteriori servizi a sostegno dell'innovazione e delle comunità locali

Locker condominiali (PuntoPosteDaTe)



«PuntoPosteDaTe» è la nuova rete di Touch Point per la fruizione di servizi digitali di logistica, payment e sicurezza a domicilio e presso le sedi lavorative delle Aziende

Nuove cassette di impostazione «smart»



Le cassette saranno arricchite con device tecnologici che consentono di costruire una rete di nuovi servizi a valore aggiunto (sensori ambientali e sistemi di comunicazione pubblicitaria «di prossimità»)

Servizi per i piccoli comuni



Ai piccoli Comuni viene garantito un bouquet di servizi comprendente WiFi, Tesoreria, ATM, videosorveglianza e rimozione delle barriere architettoniche

Filatelia



Saranno previste nuove modalità di distribuzione delle carte valori postali, anche tramite piattaforme digitali di soggetti terzi e a domicilio

4. RINNOVATO IMPEGNO ALLA CAPILLARITÀ TERRITORIALE

UFFICI POSTALI

Eliminato l'obbligo di inviare annualmente ad AGCom un nuovo Piano di chiusura degli UP



RECAPITO A GIORNI ALTERNI

Eliminata la possibilità che AGCom autorizzi un ulteriore margine di tolleranza fino ad un massimo del 5%



5. CONFERMA DELL'ATTUALE IMPIANTO

Il nuovo CdP non stravolge l'attuale impianto

Il livello della Compensazione: nonostante il peggioramento del contesto di mercato e un onere del Servizio Universale riconosciuto da AGCom costantemente più elevato, non **viene aumentato: confermati i 262,4 mln€ previsti dalla Legge di Bilancio 2015 (l. 190/2014)**

Fondo di Compensazione: viene confermato tale strumento, ma **la sua effettiva attivazione resta demandata** ad AGCom (previa autorizzazione della Commissione Europea)

La durata resta quinquennale (2020-2024) e restano sostanzialmente immutati gli artt.4 (prezzi), 9 (informazioni per l'Autorità e l'utenza) e10 (sanzioni)

La Commissione Europea dovrà comunque approvare il nuovo CdP

Posteitaliane

