



VI Congresso nazionale Slp Cisl. Per l'azienda la prospettiva è quella di un ampliamento dei servizi

## Poste, il futuro è multi - service

**Petitto: "Necessario un allargamento delle attività, ma in Italia siamo ancora molto indietro. Siamo pronti ad un patto per il rilancio dei servizi"**

**M**ilano Marittima (Ra). "Il futuro di Poste Italiane è sempre più quello di una azienda multi - service con un allargamento delle attività verso nuovi segmenti di mercato a partire dalla "Direct - Mail", la spedizione della comunicazione pubblicitaria e il marketing commerciale. In Italia siamo purtroppo ancora molto indietro. Ma questa è la "posta" che tiene ancora sul mercato".

Questo lo scenario delineato ieri dal segretario generale della Slp Cisl, Mario Petitto, aprendo a Milano Marittima il Congresso nazionale del più rappresentativo sindacato di categoria di Poste Italiane, con oltre 65 mila iscritti su 140 mila dipendenti del gruppo Poste.

"In Germania il direct - mail vale già oltre la metà dei volumi complessivi della posta, sei volte in più dei volumi italiani - ha sottolineato Petitto -. Occorre che in Italia, le Poste aggreghino con determinazione la catena decisionale dell'investimento pubblicitario, potenziando la

rete commerciale di Poste con un insieme di partnership mirate".

Convinta della necessità di imprimere una svolta al settore anche la Cisl. "Noi vogliamo in Poste il modello duale alla tedesca. Dove contano molto i lavoratori, le aziende funzionano meglio e sono più competitive - ha dichiarato il segretario generale Cisl, Raffaele Bonanni intervenendo al Congresso -. La Cisl farà una battaglia non solo per la partecipazione agli utili. Il nostro obiettivo è la democrazia economica. Vogliamo essere istituzionalmente coinvolti nelle decisioni dell'azienda attraverso i lavoratori ed i nostri rappresentanti. Questo è un modello utile per l'azienda postale e per tutto il sistema industriale del Paese. Possiamo cominciare dalle poste ed è importante che l'amministratore delegato di Poste Sarmi abbia aperto nel suo intervento a questa prospettiva". Quanto poi al tema del futuro di poste, Bonanni ha sottolineato come "le poste abbiano più reputazione delle banche e di tante altre società

italiane. Il brand poste è una ricchezza del Paese. Più persone frequentano gli uffici postale più affari si fanno. Più servizi ci saranno, più margini di profitto ci saranno per l'azienda. Solo così si potrà mantenere il servizio universalistico che svolgono le poste. Ma lo abbiamo detto anche a Confindustria, ci vuole anche un contratto unico nel settore perché abbiamo l'esigenza di mettere fine al dumping sociale che c'è nel mondo postale".

Il focus sulle prospettive dell'azienda arriva dall'amministratore delegato. "L'innovazione tecnologica porterà anche i portatili italiani a consolidare un ruolo importante nel futuro dell'azienda postale - ha detto l'amministratore delegato di Poste, Massimo Sarmi intervenendo al Congresso -. Non ci rassegniamo alla diminuzione dei volumi postali. Il nostro obiettivo è offrire sempre più servizi di maggiore qualità. Poste può giocare ruolo importante soprattutto nel programma di agenda digitale della pubblica amministrazione e del Paese".

Inoltre Sarmi ha rilanciato nel suo intervento la necessità di un contratto di unico nel settore postale. Quanto ai progetti futuri Sarmi ha rilanciato per le Poste il ruolo fondamentale del commercio elettronico che vede oggi le Poste l'azienda leader del mercato nazionale con 20 milioni di carte di pagamento elettronico. "Non è facile crescere - ha ammesso Sarmi - perché la concorrenza è agguerrita anche nei nuovi ambiti. Ma possiamo continuare a lavorare insieme al sindacato per rendere più competitivo e moderno il gruppo Poste. Già da tempo le strategie aziendali le costruiamo con il contributo e con le proposte del sindacato. Dobbiamo continuare su questa strada". Sulla partecipazione dei lavoratori al capitale di rischio, rilanciata dalla Cisl, anche Sarmi ha auspicato "la partecipazione moderna dei lavoratori come esempio di governance per le aziende italiane". Il Presidente di Poste, Giovanni Lalongo, intervenuto a Milano Marittima, ha

ricordato come "l'attivo di bilancio dell'azienda postale sia ormai un fatto consolidato nonostante un contesto economico non favorevole. Anche l'immagine di Poste è cambiata in meglio in questi anni. Abbiamo esportato il nostro modello postale anche all'estero, grazie al contributo determinante delle organizzazioni sindacali che hanno accettato la sfida dell'innovazione. Il valore aggiunto di poste è nella sua unitarietà dei suoi servizi che dobbiamo mantenere. L'auspicio è che l'azionista Tesoro riservi una attenzione maggiore alle potenzialità della azienda. Dobbiamo continuare su questa strada e io mi impegnerò a consolidare questi risultati in un clima di collaborazione tra azienda e sindacati". Dai dati forniti dal Slp Cisl il valore del mercato postale italiano è strutturalmente inferiore a quello degli altri paesi europei: circa 100 invii per abitante contro una media di 300-400 dei paesi competitori. Nell'ultimo quinquennio, il volume di traffico postale in Italia ha re-

gistrato un calo del 26 %, dovuto alla bassa crescita economica ed alla perdita di quote di mercato a favore delle aziende concorrenti.

"Poste Italiane dovrebbe puntare oltre che sui servizi finanziarie e assicurativi anche sull'e-commerce, ancora sotto dimensionato rispetto alla media europea - ha spiegato nella sua relazione Petitto - e sul mercato legato alla modernizzazione della pubblica amministrazione, riconvertendo il personale con massicci interventi formativi".

Secondo il leader della Cisl Poste, il declino del settore, a causa della sostituzione della posta tradizionale con le diverse forme di comunicazione elettronica (Email, pec, social networking), si può contrastare diversificando il business di poste italiane verso nuovi segmenti di mercato e con un quadro normativo orientato alla difesa del settore postale. Petitto ha anche rilanciato il tema della partecipazione dei lavoratori agli utili di impresa. "Ciò non vuol dire sostituirsi al management ma ricordare che Poste italiane è una azienda assai complessa per essere governata in solitudine. Nelle relazioni industriali vogliamo un "patto" e lo vogliamo ora. I migliori successi e le migliori performance di Poste, sono avvenuti quando le scelte manageriali avevano il pieno e convinto sostegno dei lavoratori".

**M**ilano Marittima. In questo tsunami i mercati postali stanno affrontando una crisi strutturale senza precedenti, globale e generalizzata. I numeri sono preoccupanti: nell'ultimo quinquennio, a livello mondiale il decremento dei volumi è pari al 14,8%; a livello Ue la riduzione è pari al 17,3%; negli Stati Uniti la riduzione è ancora più significativa: -21,8%; in Italia registra un calo impressionante: -26%.

Nello specifico, il dato negativo dei grandi operatori europei, dovuto anche alla bassa crescita economica e alla perdita di quote di mercato a favore dei concorrenti, si distribuisce in questo modo: Dp-Dhl -8,3%, La Poste -16,1%, Royal Mail -21,5%, PostNI -29,2%, PI -26%.

Il decremento osservato dei volumi è relativamente lento ma costante, più accentuato nei paesi che hanno grandi volumi di posta e dove maggiore è la penetrazione dei servizi di internet. L'impatto sociale della crisi è stato e sarà ancora, se non gestito, disastroso: il settore postale è legato ad una rete di distribuzione fisica e presente in modo capillare sul territorio. Questo significa da un lato che la sostenibilità economica del sistema dipende dal grado di saturazione delle reti; dall'altro che ogni flessione di domanda si traduce in perdita netta di occupazione.

La crisi dipende dalla combinazione perversa di diversi fattori, strutturali e

**Deficit di innovazione e contrazione dei volumi: negli ultimi cinque anni l'Italia ha perso il 26%**

## La crisi strutturale degli operatori postali



congiunturali, che si manifestano con intensità e modalità diverse in ogni singolo mercato. Su tutti la *e-substitution*, vero incubo degli operatori, ovvero la sostituzione della posta tradizionale con le diverse forme della comunicazione elettronica (e-mail, Pec, social networking). La sostituzione elettroni-

ca sembra avvenire con intensità diverse anche nei paesi di una medesima area geografica. Ad esempio, le poste danesi, che di recente hanno unificato con quelle svedesi i loro servizi postali nella società PostNord, fra il 2000 e il 2011 hanno perduto ben il 45% dei propri volumi, mentre nel mercato svede-

se la riduzione è stata di pochi punti percentuali. Insieme alla sostituzione elettronica vi è tuttavia un altro fattore strutturale di grande rilevanza. I mercati postali hanno conosciuto decenni di stabilità nella loro configurazione, favorita, tra l'altro, dalla natura monopolista del settore. Gli operatori postali non hanno dunque sperimentato se non in modo marginale l'innovazione di prodotto, pane quotidiano delle imprese che si muovevano nel mondo del cambiamento continuo e della turbolenza permanente dei mercati. Il tasso di innovazione presente nel settore si è dunque rivelato insufficiente per rispondere in modo efficace alla prima grande crisi strutturale dei suoi mercati di riferimento.

In conclusione si può dire che la crisi globale agisce da ulteriore fattore "depressivo" e "amplificatore" di un trend nel quale i mercati postali tradizionali sono già penalizzati da crisi di domanda, competizione con altre forme di comunicazione, deficit di innovazione e conseguente contrazione di volumi.