

Italiens Post meistert den Wandel vorbildlich

Katharina Kort
Mailand

Italiens Postchef Massimo Sarmi sieht der kompletten Liberalisierung des Postmarkts im kommenden Jahr gelassen entgegen. Sein Unternehmen wandelt sich bereits seit einigen Jahren weg vom klassischen Brief- und Paketzusteller hin zum Logistik-, Finanz- und Technologie-Dienstleister. Mit dieser neuen Ausrichtung schreibt Poste Italiane nun seit acht Jahren wieder schwarze Zahlen und erwirtschaftete im vergangenen Jahr bei einem Umsatz von 20 Mrd. Euro mehr als 900 Mio. Euro Gewinn. Damit ist die Poste Italiane unter den großen Anbietern in Europa der profitabelste.

„Wir sind bereit für die Liberalisierung“, sagte der Vorstandsvorsitzende Sarmi dem Handelsblatt. De

facto befinde sich die Post schon heute im Wettbewerb in allen Klassen. Schließlich umgingen in Italien einige Konkurrenten schon heute das Monopol, indem sie Briefe mit Service-Leistungen wie eine garantierte Zustellzeit oder anderen Extras anböten und damit nicht unter die Einschränkungen fielen.

„Paradoxerweise erwarte ich von der Liberalisierung sogar etwas mehr Freiheit. Denn im Moment wird jedes Angebot von uns von der Aufsicht besonders streng kontrolliert, und wir müssen stets zeigen, dass unsere Preise kostendeckend sind“, erklärte Sarmi. Er stellte jedoch auch klar, dass noch geregelt werden müsse, wie der Universaldienst aussehen soll und wie entschieden wird, wer ihn leisten muss.

Sarmi mahnt, das Konzept des Universaldienstes komplett zu überdenken. „Der Brief hat heute nicht die gleiche Bedeutung wie vor zehn Jahren, als die Regeln beschlossen wurden“, stellte Sarmi fest. „Ob ein Brief am nächsten Tag oder in drei Tagen ankommt, ist in Zeiten des In-

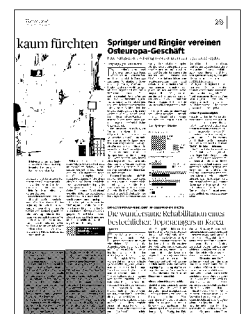
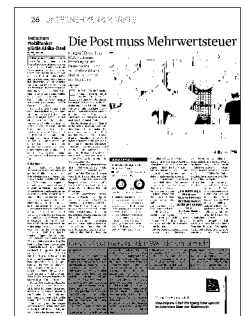
ternets und der Handys nicht mehr so wichtig wie noch vor zehn Jahren“, sagte er. Außerdem stehe für ihn fest, dass es „einen für alle gültigen Tarifvertrag geben muss - mit der Möglichkeit, einen ergänzenden Tarifvertrag innerhalb der Unternehmen zu beschließen“.

Die Analysten der Rating-Agentur Fitch weisen darauf hin, dass die Italiener in Hinblick auf die Liberalisierung anders als La Poste, Deutsche Post und TNT nicht auf das volatile Geschäft der Expressdienste, Logistik und Ausland gesetzt haben. „Poste Italiane hat sich stattdessen auf das traditionelle Geschäft und sein Filialnetz gestützt und die Gruppe erfolgreich zu einem integrierten Anbieter von elektronischer Kommunikation, Logistik und Finanz- und Versicherungsdiensten entwickelt“, schreibt Fitch. „Die Vorteile einer solchen Diversifizierung sind offensichtlich in diesem schwierigen konjunkturellen Umfeld.“

Insgesamt hat Poste Italiane im vergangenen Jahr den Nettogewinn

um 2,4 Prozent auf 904 Mio. Euro gesteigert. Der Umsatz kletterte um 12,6 Prozent. Während die klassischen Postdienstleistungen um fünf Prozent zurückgingen, legten die Finanzdienstleistungen deutlich zu. Offiziell gibt Italiens Post diese Zahlen heute bekannt.

Unter anderem trat Poste Italiane als erste Post weltweit in das Geschäft als Mobilfunkanbieter ein - was nun auch die Franzosen imitieren. Dabei können die 1,3 Mio. italienischen Postemobile-Kunden mit ihrer Sim-Karte auch Rechnungen bezahlen und Geld überweisen. Gut laufen auch die Prepaid-Karten der Post Postepay. Die Zahl der Karten, die vor allem für Transaktionen im Internet genutzt werden, stieg im vergangenen Jahr um fast ein Fünftel auf 5,6 Mio.



POSTE ITALIANE PADRONEGGIA LA SVOLTA IN MANIERA ESEMPLARE

Handelsblatt, 25 marzo 2010 – di Katharina Kort

L'Amministratore delegato di Poste Italiane, Massimo Sarmi, guarda con serenità alla completa liberalizzazione del mercato postale del prossimo anno. L'azienda già da alcuni anni si è spostata dalla tradizionale attività di recapito verso nuovi servizi logistici, finanziari e tecnologici. Seguendo questa nuova direzione, da ormai otto anni Poste Italiane ha potuto registrare bilanci a cifre positive e ha conseguito, lo scorso anno, un fatturato di 20 miliardi di euro e un utile netto di oltre 900 milioni. Pertanto Poste Italiane, fra le grandi compagnie di servizi in Europa, è quella con la redditività più alta.

“Noi siamo pronti alla liberalizzazione”, ha dichiarato all'*Handelsblatt* l'Ad Massimo Sarmi.

Di fatto già oggi Poste Italiane si trova ad essere competitivo in ogni settore nel quale è presente. In realtà in Italia ci sono operatori postali concorrenti che effettuano la consegna delle lettere con particolari servizi, come ad esempio un tempo di consegna garantito o altri extra, e in tal modo aggirano il monopolio e non incorrono in restrizioni.

“Paradossalmente mi aspetto che la liberalizzazione apporti un pizzico di libertà in più, dato che al momento attuale ogni nostra offerta è sottoposta a forme di controllo particolarmente severe dall'ente di vigilanza che ci impone costantemente di dimostrare come i nostri prezzi coprano i costi”, ha spiegato Sarmi. L'Ad ha anche precisato che bisogna ancora definire quali saranno le linee di regolamentazione del servizio universale e decidere chi sia preposto a fare da garante.

Sarmi invita a ripensare in maniera del tutto nuova il concetto di servizio universale. *“La lettera non ha oggi il medesimo significato che aveva un decennio fa, quando le regole attualmente in vigore furono stabilite”*, ha osservato l'Ad. *“Se una lettera giunge a destinazione il giorno successivo o nell'arco di tre giorni, nell'epoca di internet e dei telefoni cellulari questo non riveste la stessa importanza che rivestiva dieci anni fa”*, ha dichiarato. Inoltre, un punto fermo nella linea dell'Ad è che ci *“debba essere un accordo tariffario valido per tutti – con la possibilità di concludere, nell'ambito delle imprese, un accordo complementare”*.

Gli analisti dell'agenzia di rating Fitch riconoscono che la compagnia italiana, per quanto riguarda la liberalizzazione, a differenza dei suoi concorrenti come La Poste, Deutsche Post e TNT, non ha puntato sul servizio caratterizzato da volatilità delle consegne rapide di pacchi, né sulla logistica né sull'estero: *“Poste Italiane ha puntato invece sul settore tradizionale e ha sostenuto la propria rete di filiali; ha inoltre fatto crescere il proprio gruppo con successo, portandolo a diventare un gruppo integrato capace di offrire comunicazione per via elettronica, logistica, servizi finanziari e assicurativi”*, scrive Fitch. *“I vantaggi di una simile diversificazione sono evidenti nell'attuale difficile contesto congiunturale”*.

Nel complesso, lo scorso anno Poste Italiane ha accresciuto il proprio utile netto del 2,4%, portandolo a 904 milioni di euro. Il fatturato è aumentato del 12,6%. Mentre i classici servizi postali hanno fatto registrare un arretramento del 5%; i servizi finanziari sono chiaramente cresciuti. Poste Italiane rende note ufficialmente oggi le suddette cifre.

Fra le altre cose, Poste Italiane è stato il primo operatore postale al mondo ad entrare nel segmento dei servizi di telefonia mobile – modello di business imitato ora anche dai francesi. Oggi i clienti italiani nel settore – 1,3 milioni – sono in grado, con la propria carta SIM, di pagare conti e trasferire denaro. E' possibile associare il telefono anche alle carte prepagate del servizio Postepay. Il numero delle carte, che sono utilizzate soprattutto per effettuare transazioni in internet, è cresciuto lo scorso anno di quasi un quinto, toccando la cifra di 5,6 milioni.