

POSTE

La Poste italienne se lance dans le téléphone mobile virtuel

DE NOTRE ENVOYÉE SPÉCIALE
À ROME.

S'appuyant sur son image forte pour lancer de nouveaux services à prix réduits, la Poste italienne veut tirer parti de son réseau et de sa présence pour multiplier les offres à ses clients. Elle vient ainsi de décider de se lancer dans la téléphonie mobile comme opérateur virtuel. Posta Italiana n'a pas encore signé avec un opérateur, mais est en discussion avec trois d'entre eux – TIM, Vodafone et 3G – et espère bien commencer avant la fin de l'année, avec pour objectif d'avoir 2 millions de clients à la fin de 2011. L'opération aurait l'avantage de ne requérir qu'un investissement modeste, que le directeur général, Massimo Sarmi, évalue à « quelques dizaines de millions d'euros ». Inversement, le groupe, spécialiste des services prépayés, pense pouvoir tirer avantage de cette expertise pour offrir à ses clients toutes sortes de services sur leurs mobiles.

Société par actions depuis 1998, mais contrôlée par le ministère des Finances et la Caisse

des Dépôts et des Prêts, la Poste italienne, sortie du rouge en 2002 après 50 ans de pertes, a accompli ces dernières années un parcours sans faute comme en témoigne le doublement du résultat net l'an dernier – 676 millions d'euros, contre 349 millions d'euros en 2005 –, pour un chiffre d'affaires de plus de 17 milliards d'euros en progression de 3,5 %.

Services démultipliés

Pour y parvenir, elle a créé, aux côtés du service postal lui-même, une filiale de services financiers, Bancoposta, en 2000. Elle a ouvert 5 millions de comptes postaux, et propose à ses clients, outre une gamme de services financiers, des cartes prépayées dont l'avantage, en cas de perte ou de vol, est de limiter les sommes perdues.

Le réseau de 14.000 bureaux de poste a été largement rénové et reçoit quelque 1,5 million de clients chaque jour. Cette volonté de démultiplier les services est due à la perspective de la libéralisation totale du marché postal en 2009.

MARIE-LAURE CITTANOVA

Les Echos

Poste Italiane si lancia nella telefonia mobile virtuale

di Marie Laure Cittanova – corrispondente da Roma, 28 marzo 2007

Si affidano alla loro forte immagine per lanciare nuovi servizi a prezzi contenuti: Poste Italiane vuole trarre profitto dalla rete e dalla sua presenza capillare per moltiplicare le offerte destinate ai clienti.

L'Azienda ha appena deciso di lanciarsi nel settore della telefonia mobile in qualità di operatore virtuale e, anche se non è stato ancora firmato nessun accordo, le trattative in atto sono rivolte a tre operatori: TIM, Vodafone e 3G. La speranza è di essere sul mercato già dalla fine dell'anno con l'obiettivo di conseguire 2 milioni di clienti entro il 2011. L'operazione ha il vantaggio di richiedere investimenti modesti che l'Amministratore Delegato Massimo Sarmi stima essere "di qualche dozzina di milioni di euro". Inversamente a questo, il gruppo, specialista nei servizi prepagati, pensa di poter trarre profitto dalle esperienze in questo segmento per offrire ai clienti ogni genere di servizio sul loro apparecchio cellulare.

Società per azioni dal 1998 ma controllata dal Ministero del Tesoro e dalla Cassa Depositi e Prestiti, Poste Italiane, dopo il primo bilancio in attivo nel 2002 seguito a 50 anni di rosso, ha compiuto in questi ultimi anni un percorso senza errori come testimonia l'utile raddoppiato rispetto all'anno precedente – 676 milioni di euro contro i 349 milioni del 2005 - per un giro di affari che supera i 17 miliardi, in aumento del 3,5%.

Servizi diversificati

Per arrivare a raggiungere questi risultati, accanto ai classici servizi postali, l'azienda ha creato nel 2000 il ramo Bancoposta dedicato ai servizi finanziari: 5 milioni di conti correnti e un'ampia gamma di servizi finanziari tra cui le carte prepagate, il cui vantaggio principale in caso di furto o smarrimento, è l'entità limitata della somma perduta.

La rete dei 14 mila uffici postali è stata largamente rinnovata e riceve qualcosa come 1,5 milioni di clienti ogni giorno. Questa volontà di diversificare i servizi rientra anche nella strategia in atto per affrontare la liberalizzazione totale del mercato postale che avverrà nel 2009.