

Rassegna del 28/02/2018

PARLAMENTO E ISTITUZIONI

CORRIERE DELLA SERA	COSTI, DISFUNZIONI E PIGRIZIA: NON È UN PAESE PER PEC	GABANELLI MILENA	1
---------------------	---	------------------	---

INFORMAZIONE ED EMITTENZA

MESSAGGERO	COMCAST ALZA LA POSTA SU SKY E OFFRE 30,6 MILIARDI DI EURO	MARCONI CRISTINA	2
------------	--	------------------	---

ATTIVITA' PRODUTTIVE, COMMERCIO E TURISMO

SOLE 24 ORE	UTILITY, LA CRISI È ALLE SPALLE INVESTIMENTI PER 74 MILIARDI	GILBERTO JACOPO	3
-------------	--	-----------------	---

AVVENIRE	UOMO, 40ENNE, LAUREATO: TRACCIATO L'IDENTIKIT DELLO STARTUPPER ITALIANO	CARUCCI MAURIZIO	5
----------	---	------------------	---

TRASPORTI, POSTE E TELECOMUNICAZIONI

CORRIERE DELLA SERA	IL PIANO DELLE POSTE PIACE ALLA BORSA	DUCCI ANDREA	6
---------------------	---------------------------------------	--------------	---

SOLE 24 ORE	POSTE ITALIANE, PIANO DI MAXI-DIVIDENDI	SERAFINI LAURA	8
-------------	---	----------------	---

MESSAGGERO	POSTE, 10 MILA ASSUNZIONI E RC AUTO	BASSI ANDREA	10
------------	-------------------------------------	--------------	----

AVVENIRE	BRUXELLES ACCELERERA SULLA «WEB TAX»	DEL RE GIOVANNI MARIA	12
----------	--------------------------------------	-----------------------	----

FOGLIO	LA SILENZIOSA GUERRA DELL'E-COMMERCE		13
--------	--------------------------------------	--	----

SECOLO XIX	IL PASSO FALSO DELLA NUOVA LEGGE CONTRO L'ASSALTO DEI CALL CENTER	MENDUNI MARCO	14
------------	---	---------------	----

DATAROOM

Costi, disfunzioni e pigrizia: non è un Paese per Pec

di **Milena Gabanelli** e **Andrea Marinelli**

Un mese fa un professionista milanese viene convocato dall'Agenzia delle Entrate e invitato a presentare una documentazione entro dieci giorni. Pensando fosse il metodo più rapido e sicuro, decide di inviare tutto il materiale attraverso la Pec. Dopo due settimane si presenta in via della Moscova 2, e scopre che i documenti non erano mai arrivati. «Ah, qua la Pec la apre un dirigente ogni sei mesi», si sente rispondere. «Mi raccomando, la prossima volta mandì tutto via email normale, se no qui non arriva niente». Questa storia, e quella della Pec, sono lo specchio perfetto di come funziona la Pubblica amministrazione in Italia. Introdotta dal decreto del presidente della Repubblica n.68 del 11/02/2005 per sostituire digitalmente le raccomandate, aveva 6 obiettivi: il valore legale della mail, l'integrità del contenuto, la certificazione dell'invio e della consegna, la certezza dell'identità di mittente e destinatario. Una buona idea, ma pressoché ignorata. Pensando di dare un'accelerata, nel 2009 l'allora ministro per la Pubblica amministrazione e l'Innovazione, Renato Brunetta, decide di lanciare un progetto parallelo, la Cec-Pac: una casella di posta certificata e gratuita per comunicare con la Pubblica amministrazione. Gli obiettivi erano ambiziosi: attivare almeno 10 milioni di caselle nel primo anno. Nel 2014 le caselle aperte erano appena 2.121.915. Di queste, l'82% non aveva mai inviato messaggi. I costi, invece, erano alti: 19 milioni di euro. Così viene avviata la dismissione, e dal 18 settembre 2015 sono stati cancellati tutti gli account esistenti. Mentre l'esperimento di Brunetta partiva (e poi falliva), il decreto n.185 del 2008 redatto dal ministero di Giustizia — all'epoca presieduto da Angelino Alfano — aveva già stabilito che la Pec, quella originale, sarebbe diventata obbligatoria a partire dal 1° luglio 2013 per tutte le comunicazioni fra cit-

tadini, imprese e Pubblica amministrazione, sostituendo definitivamente la raccomandata in forma cartacea. Il servizio sarebbe stato a pagamento, tramite gestori privati iscritti a un elenco pubblico e monitorati. Oggi aprire una Pec costa da 2 a 75 euro, a seconda dello spazio di archiviazione e dei servizi offerti, ed è anche obbligatorio per imprese e professionisti comunicare il proprio indirizzo certificato agli ordini professionali e al registro delle imprese. Stavolta le cose sono andate meglio: secondo i dati resi pubblici dall'Agenzia per l'Italia digitale lo scorso ottobre, il numero di caselle attive era arrivato a 8.852.174, mentre risultavano 271.161.064 messaggi inviati. Ci sono voluti 12 anni, abbiamo buttato via un po' di soldi, ma finalmente il sistema funziona. L'altra faccia della medaglia è l'analfabetismo digitale dei dipendenti della Pubblica amministrazione, spesso in là con gli anni, e affetti da pigrizia cronica. Non solo l'Agenzia delle Entrate, anche alla Consob non smaniano: all'impresa chiedono che i documenti vengano mandati via Pec, ma anche in forma cartacea. Immaginiamo per evitare di stampare o scansionare il materiale ricevuto. L'Agenzia per l'Italia digitale effettua controlli sui gestori, ma non ha compiti di vigilanza sul comportamento della Pubblica amministrazione. Spetta al cittadino far valere i propri diritti. La morale di questa storia è che nei palazzi romani, molto spesso, la mano destra non parla con la sinistra, mentre negli uffici pubblici gli amministrativi non parlano con la tecnologia. Qualcuno ha calcolato l'impatto economico derivante dal risparmio di tempo nella gestione delle pratiche? Quante cartelle pazze nascono da una mancata padronanza informatica? Quanti processi non finirebbero in prescrizione se nelle Procure e tribunali il personale amministrativo avesse maggiore dimestichezza digitale? Allora assumete i nativi digitali, e magari dentro quegli uffici le pratiche marceranno meglio e più velocemente.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Comcast alza la posta su Sky e offre 30,6 miliardi di euro

L'OPERAZIONE

LONDRA Entra in scena un nuovo pretendente alla mano di Sky. Comcast, il più grande operatore americano di TV via cavo e di banda larga, ha lanciato un'offerta da 30,6 miliardi di euro sull'emittente, mettendo i bastoni tra le ruote a Rupert Murdoch, che con Fox sta cercando di recuperare dal 2016 quel 61% di Sky che ancora non possiede in vista della cessione dell'intero settore entertainment del suo impero alla Disney.

I DETTAGLI

L'offerta di Comcast, a 12,50 sterline ad azione, ossia 14,19 euro, è del 16% superiore a quella fatta dalla 21st Century Fox, a 10,75 sterline, ossia 12,2 euro: ogni rilancio da parte di Murdoch deve tenere conto dell'offerta da più di 45 miliardi di euro fatta da Disney a fine 2017 per il settore entertainment di Fox, che comprende la quota del 39% in Sky. Il colosso statunitense, oltre a vendere servizi di telefonia e di internet, possiede anche l'emittente Nbc, che ha canali di sport, di intrattenimento e di notizie con Cnbc, e la Universal Pictures, che controlla anche Dreamworks Animation. «Vorremmo possedere l'insieme di Sky e cercheremo di acquistare più del 50% delle azioni di Sky», ha spiegato l'amministratore delegato Brian Roberts, che si è detto «fiducioso» che l'offerta otterrà il via libera dei regolatori. La società ha anche annunciato di voler preservare «il brand e la cultura di Sky News» attraverso

l'eventuale acquisizione, con cui avrebbe accesso al mercato europeo e in particolare ad Italia, Germania e Regno Unito, dove Sky ha 23 milioni di abbonati. Inoltre Sky si è appena accaparrato, a metà febbraio, la maggior parte dei diritti televisivi per la Premier League nel 2019-2022, il che lo rende un boccone ancora più appetibile per gli americani. Si addensano quindi le nubi sul cielo dell'ottantaseienne tycoon australiano Murdoch, che già a gennaio ha visto la sua offerta sollevare i dubbi dell'antitrust britannico, Cma secondo cui l'operazione darebbe troppa influenza alla famiglia Murdoch sulla politica britannica, visto che già possiede tre giornali, ossia il diffusissimo The Sun, il Times e il Sunday Times. La società ha annunciato l'intenzione di nominare un board indipendente per Sky News e di preservare l'emittente all'news per almeno dieci anni per cercare di venire incontro alle richieste dell'autorità. Il ministro responsabile Matt Hancock esprimerà il suo parere entro la fine di maggio, dopo aver letto e valutato il rapporto provvisorio dell'autorità per il mercato.

Cristina Marconi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**IL PIÙ IMPORTANTE
OPERATORE USA
NELLA TV VIA CAVO
E NELLA BANDA LARGA
VUOLE SOFFIARE
LA PREDÀ A DISNEY**



**Utility, crisi alle spalle
Tornano investimenti**

Le aziende dei servizi pubblici hanno lasciato la crisi alle spalle. Tanto che nei prossimi anni sono previsti investimenti per un controvalore di 74 miliardi, spiega uno studio Agici-Accenture. Ricavi in crescita. ► pagina 16

STIME AGICI E ACCENTURE**Utility, investimenti
per 74 miliardi**

Jacopo Giliberto ► pagina 16

Servizi pubblici. Analisi economica sull'evoluzione del settore

Utility, la crisi è alle spalle Investimenti per 74 miliardi

Le tecnologie facilitano l'evoluzione in nuovi modelli

8,5%**La crescita**

Stima sull'incremento atteso per il 2017 di utili, mol e ricavi

Jacopo Giliberto

MILANO

■ Le aziende elettriche, dell'acqua potabile, di gestione dei rifiuti o del gas sembrano uscite dalla crisi. Lo dicono gli economisti esperti di utility e di servizi pubblici locali. «Il momento problematico delle multiutility è alle spalle», osserva Marco Carta, amministratore delegato dell'Agici che, insieme con Accenture, ha coordinato lo studio «Cambiamento climatico e transizione energetica» che sarà illustrato domani a Milano in occasione del rapporto annuale 2018 dell'Osservatorio sulle alleanze e le strategie nel mercato italiano delle utilities.

Si investe con intensità, con una previsione vicina ai 74 miliardi di impegni programmati, e si stipulano più accordi, 86 l'anno passato.

L'analisi degli economisti con-

dotta su 27 società campione conferma il vestito nuovo che le aziende di energia elettrica e gas, di nettezza urbana e acqua potabile stanno indossando: i panni di quello che Carta di Agici definisce "abilitatore", intermediario fra il cambiamento tecnologico e i consumatori.

«Quello che emerge — avverte Carta — è che il momento problematico delle multiutility è alle spalle, e le aziende hanno capito come reagire alle sfide del futuro: si sono fatte più reattive e stanno conseguendo utili importanti, i quali insieme con il basso costo del debito stanno mettendo in campo le scelte imposte dalla Strategia energetica nazionale. Si pongono appunto come abilitatori della transizione, e investono in infrastrutture di rete, in contatori di nuova generazione, in colonnine per le auto elettriche eccetera. al servizio degli altri operatori e della comunità, per rendere possibile l'integrazione con le fonti rinnovabili e con la tendenza alle aggregazioni della domanda e dell'offerta».

Qualche dettaglio. Per le società multiservizi che operano

nei diversi ambiti: per il 2017 sono previsti ricavi, Mol e utili in netta crescita tra l'8% e l'8,5% rispetto al 2016.

Il settore elettrico sta vivendo un processo di trasformazione profonda verso un nuovo modello di business in cui le fonti rinnovabili, l'efficienza energetica e i consumatori avranno un ruolo centrale. Segnali di miglioramento per ricavi e Mol. Spicca l'attivismo di molte aziende energetiche verso le politiche di mobilità elettrica, verso la promozione di tecnologie di efficienza oppure nell'investire in impianti di produzione energetica con energia rinnovabile.

Il segmento del gas ha vissuto un anno caratterizzato da consumi e prezzi in crescita ma soffre



volatilità nei prezzi e incertezza nella direzione da assegnare agli investimenti, mentre è ancora aperta la partita sulle gare per la concessione del servizio di distribuzione locale del metano.

Il comparto dell'acqua potabile sta attraversando un periodo di rinascimento, afferma l'analisi Agici-Accenture. I risultati in redditività dipendono molto da regole e normative, e gli investimenti sono cresciuti in particolare nelle parti di fognatura e depurazione.

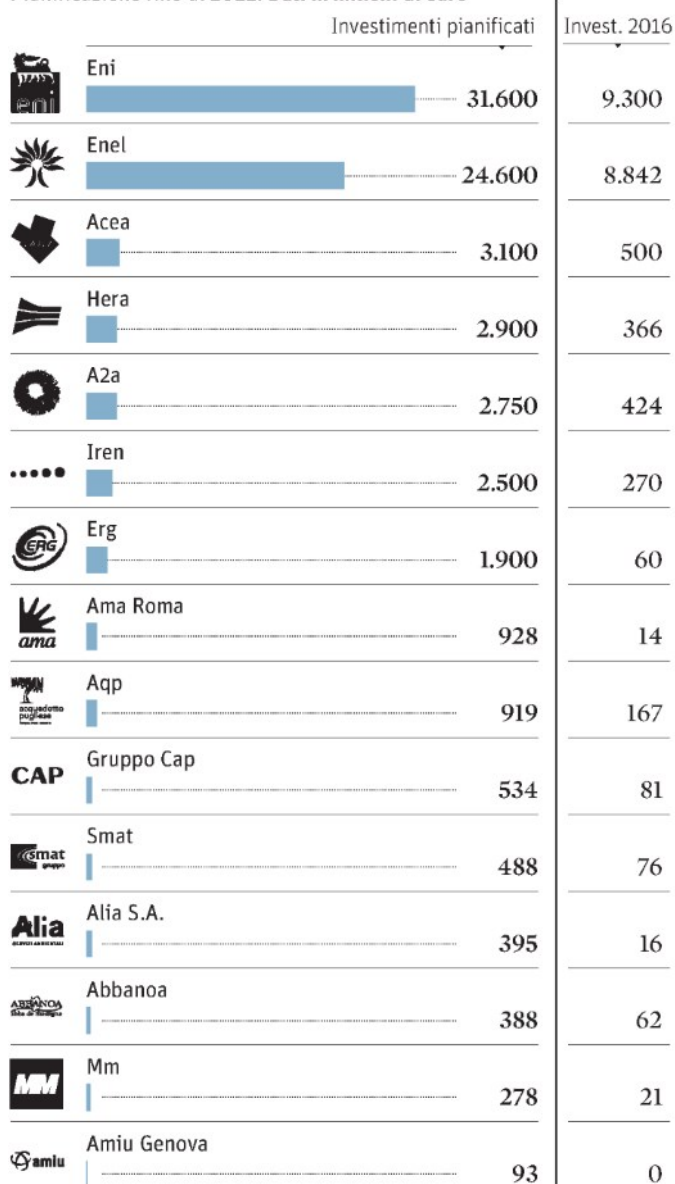
Il settore dei rifiuti ha visto nell'ultimo anno una crescita nella produzione di spazzatura cresciuta e un aumento della raccolta differenziata; il settore soffre l'incertezza dovuta alla mancanza di un coordinamento centrale ma il 2018 sarà un anno di svolta.

Per rendere smart le aree urbane, generando crescita, innovazione e valore, le utility devono essere trasparenti nel confronto e aperte alle alleanze; queste aziende devono «puntare su digitalizzazione, spinta da una sempre più rapida evoluzione ed accessibilità delle tecnologie; devono puntare sull'introduzione delle logiche dell'economia circolare con un migliore utilizzo delle risorse e devono puntare infine sull'attivazione di sistemi aperti e di open innovation», aggiunge Pierfederico Pelotti di Accenture in Italia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I principali investimenti delle utilities in Italia

Pianificazione fino al 2022. **Dati in milioni di euro**



Fonte: Agici - Osservatorio annuale sulle Utilities

L'indagine Uomo, 40enne, laureato: tracciato l'identikit dello startupper italiano

**Istat e ministero
dello Sviluppo
economico
pubblicano il
primo studio sulle
caratteristiche dei
neoimprenditori**

MAURIZIO CARUCCI
ROMA

Sono quasi tutti uomini (82%, età media 43 anni), hanno un titolo di studio molto elevato, tanto che il 72,8% ha una laurea pari o superiore alla triennale, per lo più in materie tecnico-ingegneristiche ed economico-manageriali. Sono gli *startupper* italiani e a tracciare l'identikit è l'Istat che, in collaborazione con il ministero dello Sviluppo economico, ha pubblicato ieri il rapporto *Startup survey 2016*, la prima indagine sulle neoimprese italiane che ha visto la partecipazione di 2.250 start up innovative e un tasso di risposta del 43,7%. Questa pubblicazione, secondo il direttore generale per la politica industriale del Mise, Stefano Firpo, «incarna un principio cardine dell'azione di politica industriale condotta al Mise negli ultimi anni: la volontà di fondare i processi decisionali su un approccio scientifico capace di sfruttare il potenziale dei dati. Disegnare le politiche pubbliche sulla base delle evidenze empiriche, monitorarne e valutarne gli effetti in maniera trasparente: tutto questo contribuisce ad alimentare un dibattito informato e ad alimentare la fiducia tra legislatore e cittadini». Chi lancia una azienda inno-

vativa ha un forte radicamento sul territorio, «nell'83% dei casi la start up è stata fondata in quello che il socio indica come proprio territorio di appartenenza», prosegue lo studio Mise-Istat. Molto diversificato è anche il retaggio familiare degli *startupper*: «Solo il 20,6% ha un papà imprenditore, il 34,8% è figlio di un impiegato o di un operaio, mentre il 24,1% di un dirigente o di un quadro». L'indagine si focalizza anche su come si finanziano le start up. Buona parte dei neoimprenditori si dichiara pienamente soddisfatto delle fonti di finanziamento a propria disposizione (34,1%), percentuale più elevata al Nord (38,4%) e tra le imprese con fatturato più cospicuo (56%). «In oltre tre casi su quattro, il 100% dei fondi necessari all'avvio d'impresa derivano dalle finanze personali dei fondatori», spiega lo studio, «uno su quattro ha avuto accesso al credito bancario, circa il 15% a finanziamenti pubblici e l'11,2% a finanziamenti in capitale di rischio, le start up sostenute prevalentemente da investitori in capitale di rischio sono rare (7,3%)».

Nel quadro che emerge «è interessante notare che si tratta di imprese condotte da giovani che impiegano giovani con elevati livelli di istruzione, consapevoli che le loro competenze sono la stessa motivazione che li ha condotti alla scelta di fare impresa». Così il presidente dell'Istat, Giorgio Alleva, e aggiunge che per quanto riguarda i settori di attività delle neoimprese innovative italiane «c'è un'elevata varietà, ma l'utilizzo delle tecnologie è un elemento centrale», aggiungendo che una maggiore presenza di start up, soprattutto di quelle di successo, si ha nel Centro Nord.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il piano delle Poste piace alla Borsa

Del Fante: utile a 1,2 miliardi nel 2022. In cinque anni 10 mila nuove assunzioni

In Piazza Affari

Costo del lavoro ridotto di 500 milioni, il titolo guadagna il 5,8% in Piazza Affari

Strategie

di **Andrea Ducci**

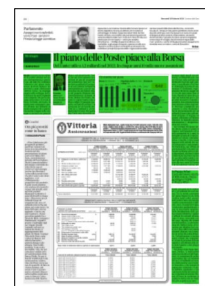
MILANO Azzerare mezzo miliardo di perdite all'anno nel settore corrispondenza e pacchi. È uno dei dati che restituisce l'obiettivo del piano industriale di Poste Italiane nei prossimi 5 anni, ribattezzato «Deliver 2022». La strategia poggia sullo sviluppo dell'e-commerce da parte di giganti come Amazon, che per la consegna della merce si avvale di Poste. In Italia, del resto, in media sono consegnati 2 pacchi all'anno per abitante, la media europea è di 10 pacchi. Una novità consiste nelle consegne a casa nelle ore pomeridiane e nei giorni festivi. Tanto che nel 2022 saranno 100 i milioni di pacchi recapitati dai portalettere (nel 2017 sono stati 35 milioni). Il recupero di 500 milioni nell'attività corrispondenza e pacchi rappresenta uno dei fattori chiave del progetto illustrato dall'amministratore delegato di Poste, Matteo Del Fante, durante il capital market day a Piazza Affari. Il pareggio operativo nell'attività postale è la premessa per la crescita dell'ebit da 1,1 miliardi a 1,8 miliardi entro il 2022. Per quella data l'utile netto dovrebbe aumentare dagli attuali 700 milioni a 1,2 miliardi di euro, con un riflesso sulla politica dei dividendi riservata agli azionisti. A specificarlo è Del Fante, indicando la scelta di «aumentare il dividendo, impegnandoci fin d'ora a pagare un 5% in più ogni anno fino al 2020, rispetto al valore di 0,42 euro per azione del 2017», per gli anni successivi l'intento è garantire una remunerazione non inferiore al 60% degli utili. Ulteriore condizione per centrare le cifre illustrate è l'avvio di investimenti per 2,8

miliardi di euro (circa 560 milioni all'anno, il doppio di quanto effettuato nell'ultimo triennio) in digitalizzazione, automazione e riorganizzazione del servizio.

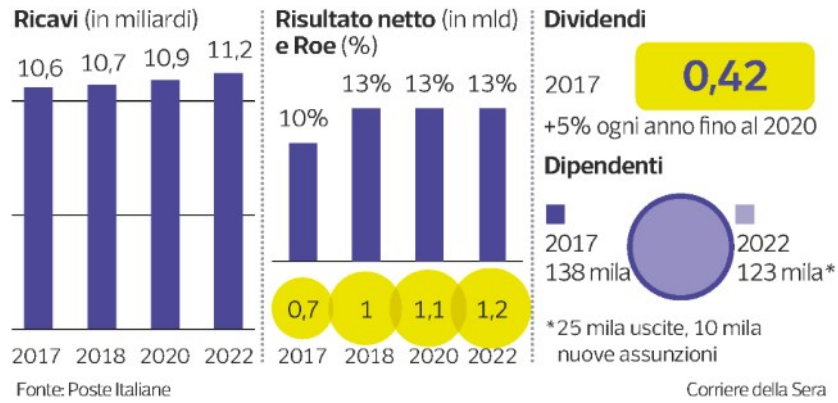
Sul versante del lavoro (altro fattore chiave) il piano si traduce nell'annuncio di 10 mila assunzioni in 5 anni, in dettaglio si tratta di 4 mila posizioni nel settore corrispondenza e pacchi, e circa 5.500 ingressi nelle attività dei servizi finanziari e assicurativi. Nel frattempo, per effetto di pensionamenti e incentivi all'esodo usciranno circa 25 mila dipendenti, alla fine il saldo evidenzierà una forza lavoro di 123 mila unità contro le attuali 138 mila. Il risparmio atteso alla voce costo del lavoro è di un ulteriore mezzo miliardo, passando da 6,1 miliardi a 5,6 miliardi di costi annui. Tra le novità contenute nel piano figura l'avvio della vendita negli uffici postali delle polizze auto, un mercato «molto concorrenziale e difficile» dove, ricorda Del Fante, «entreremo gradualmente e con la necessaria cautela». Nella distribuzione delle polizze danni l'obiettivo è siglare 2 milioni di contratti all'anno entro il 2022, crescendo così del 400% rispetto alle attuali 400 mila polizze. La presentazione di «Deliver 2022» è l'occasione per ribadire che la rete di 12.800 uffici non subirà ulteriori chiusure «nei comuni con meno di 5 mila abitanti». Un'indicazione correlata anche al fatto che, soprattutto, al Sud la presenza di Poste supplisce alla ritirata della rete delle banche e dei gruppi assicurativi.

Nel piano di Del Fante figurano, inoltre, le indicazioni sulla crescita dei servizi finanziari, «le erogazioni di credito passeranno dai 2,6 miliardi del 2017 a 6 miliardi nel 2022, in collaborazione con il settore bancario» e dei sistemi di pagamento elettronici. Il piano definito «prudente» e con «un basso rischio di esecuzione» è piaciuto al mercato. Il titolo di Poste ha archiviato la seduta in borsa con un rialzo del 5,8%, a quota 7,04 euro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Gli obiettivi del piano



Il nuovo piano industriale promette dividendi in crescita del 5% all'anno fino al 2020

Le Poste sbarcano nell'Rc auto

Calo di 15mila unità al 2022 con 10mila assunzioni - In Borsa titolo +5,8%

Poste Italiane crescerà nelle assicurazioni con lo sbarco nel ramo Rc auto. È una delle novità del piano presentato dall'ad Del Fante: al 2022 attesi ricavi per 1,2 miliardi e un utile netto di 1,2 miliardi; assunzione di 10mila profili professiona-

li qualificati mentre gli addetti totali caleranno da 138mila a 123mila. Nel periodo saranno pagati 3 miliardi di dividendi: promessa una cedola in aumento del 5% all'anno fino al 2020. In Borsa il titolo vola +5,8%. **Laura Serafini** ▶ pagina 29

RIASSETTI

Poste, un piano da maxi-dividendi

Laura Serafini ▶ pagina 29

La strategia. Il ceo Del fante: cedola in aumento del 5% all'anno fino al 2020 - Dopo le sospensioni per eccesso di rialzo il titolo chiude a +5,8%

Poste Italiane, piano di maxi-dividendi

Nuova convenzione con Cdp, risparmio gestito e polizze per spingere ricavi e margini

SCENARI DI MERCATO

Nel settore RcAuto la società intende entrare con prudenza attraverso una partnership: nessuna conferma sull'ipotesi di un dialogo con Generali

Laura Serafini

■ A quasi tre anni dalla quotazione in Borsa Poste Italiane offre agli investitori quella ricetta per la crescita che il mercato invano invocava dall'Ipo di fine 2015. Un vuoto che sinora aveva tenuto il titolo a galleggiare a piazza Affari ampiamente sotto il prezzo di collocamento, pari a 6,75 euro.

E se ieri mattina, dopo la diffusione del comunicato stampa che declinava il primo piano industriale quinquennale della gestione di Matteo Del Fante (anche se lui ieri ha tenuto a dire che non è il suo piano, nè del management, ma della società e dei suoi dipendenti), il titolo è stato sospeso per eccesso di rialzo e ha chiuso in Borsa alla soglia record oltre 7 euro (+5,8%), una ragione ci deve essere. Quella di Del Fante e del suo team è sicuramente una sfida, anche se a più riprese i vari manager hanno sottolineato che il piano è estremamente prudente e conservativo e che gli obiettivi sono ampiamente alla portata. Il piano

strategico rivoltava il modello di business dell'intero gruppo improntandolo sul cardine della digitalizzazione: questa è declinata nei pagamenti digitali, destinati a essere integrati con la telefonia di Poste Mobile («Bancoposta e Postepay sono le App leader in Italia in ambito finanziario con 15 milioni di clienti registrati», ha detto il responsabile Marco Siracusano), che a loro volta fanno da corollario alla forte propulsione dell'e-commerce incardinato in un nuovo modello congiunto di consegne pacchi e posta concordato con i sindacati. Il passaggio dall'It al cloud e all'home banking sarà un forte supporto per le aree nelle quali Poste punta a generare flussi di cassa tali da raddoppiare la posizione finanziaria netta (da 800 milioni del 2017 a 1,7 miliardi nel 2022), assicurare nel periodo il pagamento di 3 miliardi di dividendi e supportare 2,8 miliardi di investimenti (di cui 1 destinato al rinnovo e all'automazione degli uffici postali). La società ha promesso una cedola in aumento del 5% (rispetto a 0,42 euro del 2017) fino al 2020. Dal 2021 ha garantito un payout minimo del 60% (contro l'80% attuale) «che porta a un aumento superiore al 5% annuo per i cinque anni», ha chiosato Del

Fante. Aggiungendo che «questa liquidità non ci servirà per fare acquisizioni, tantomeno prevediamo di tornare sul mercato dei bond. Aver indicato un numero certo per la cedola nei prossimi 3 anni è una scelta di chiarezza verso il mercato». Tutto questo - ed è la vera sfida del piano - riducendo progressivamente quell'ancora di sicurezza per i bilanci di Poste rappresentata sinora dalle plusvalenze sui titoli di Stato ad alto rendimento nei quali la società aveva investito i proventi della raccolta del Bancoposta. Plusvalenze pari a 500 milioni nel 2017 (a fronte di un utile di poco più di 700 milioni), destinate a calare a 300 milioni nel 2020 fino a quota zero nel 2022, a fronte di utile atteso di 1,2 miliardi. A sostenere i conti saranno i proventi della nuova convenzione con Cdp (più flessibile nella gestione della contrazione



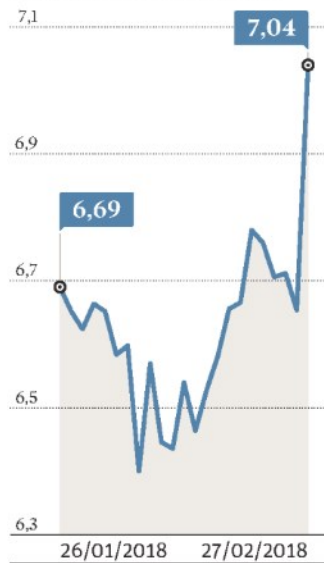
della raccolta postale e comprensiva di commissioni upfront) che già da quest'anno garantirà un incasso di circa 1,8 miliardi («il target di almeno 1,7 miliardi è sicuro» ha chiosato il cfo Roberto Giacchi). Ma anche i proventi della vendita di risparmio gestito, non solo quelli di Anima e Bancoposta Fondi, ma anche di terzi. E ancora: la società punterà sulla vendita di prestiti personali e mutui (sempre di terzi; accordi sono in essere con Db, Bnp, Compass, Fondome) ai quali verrà agganciata la vendita di polizze Danni. La divisione servizi finanziari, però, passerà da ricavi di 5 miliardi nel 2017 a 4,9 miliardi di fine piano. «La chiave di lettura della nostra strategia risiede nell'erosione inesorabile che subiamo in alcuni business - ha detto l'ad -. Nella consegna della posta, che intendiamo contrastare con l'e-commerce a il B2C (il piano prevede che l'Ebit del comparto passi da -500 milioni a 500 milioni nel 2022, anche con la riduzione dei costi del personale, ndr). E nei servizi finanziari, in particolare con il crollo dei bollettini postali». L'Ebit del settore finanziario a mantenersi stabile attorno a 700 milioni, a fronte della fine del capital gain sui titoli di Stato. Il piano prevede la crescita dei ricavi totali da 10,6 miliardi del 2017 (rispetto ai 33 miliardi indicati nell'ultimo esercizio d'ora in avanti vengono scorporati e la raccolta assicurativa e le relative riserve, sgonfiando dunque costi e ricavi) a 11,2 miliardi e un Ebit di 1,8 miliardi (+10%). Nel piano sono previsti esodi incentivati (i relativi oneri si riducono progressivamente da 500 milioni del 2017 a 100 milioni nel 2022) per 15 mila dipendenti, a fronte di assunzioni per 10.000, di cui 5 mila per i servizi finanziari e assicurativi. Il piano prevede la crescita nel comparto assicurativo: nel settore danni, puntando anche su previdenza complementare, welfare e prodotti ad hoc per le Pmi. Nel settore RcAuto (già previsto dal piano di Francesco Caio) la società intende entrare in punta di piedi attraverso partnership. Un interlocutore, anche se al momento non vi è alcuna conferma, potrebbe essere Generali.

Per Del Fante «il piano è un importante passo avanti per Poste». Il mercato crede alla sua sfida. E lui ringrazia, promettendo di reinvestire il 100% dei suoi incentivi in azioni della società.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il titolo e i target

Andamento del titolo in Borsa



Fonte: Poste Italiane

In miliardi di euro

Ricavi (Mld)	Ebit (Mld)	Ebit Margin (%)	Net Profit (Mld)	Roe (%)
2017	2017	2017	2017	2017
10,6	1,1	11	0,7	10
2018	2018	2018	2018	2018
10,7	1,4	13	1,0	13
2020	2020	2020	2020	2020
10,9	1,6	15	1,1	13
2022	2022	2022	2022	2022
11,2	1,8	16	1,2	13



Poste, 10 mila assunzioni e Rc auto

► Del Fante presenta il piano: dividendi in crescita del 5% e utili in salita del 13% ogni anno. La Borsa premia il titolo ► La corrispondenza e i pacchi torneranno al centro dell'attività che presto si svolgerà anche di domenica

IL GRUPPO NON TEME AMAZON ED È PRONTO AD ACCELERARE SUL FRONTE DIGITALE L'AD: «PASSEREMO DA 35 A 100 MILIONI DI RECAPITI»

I POSTINI AVRANNO GLI SMARTPHONE E PER LE CONSEGNE SARANNO DOTATI DI NUOVI VEICOLI A TRE RUOTE

LA STRATEGIA

dal nostro inviato

MILANO Promette 10 mila nuove assunzioni nei prossimi cinque anni. E agli investitori un dividendo garantito di 42 centesimi per azione che aumenterà del 5% ogni anno per il prossimo triennio, con utili in crescita del 13% l'anno a 1,2 miliardi nel 2022. Quindi annuncia l'ingresso nel settore dell'Rc auto. Ma, soprattutto, una rivoluzione nella consegna della corrispondenza e dei pacchi, che tornerà ad essere il fulcro dell'attività dell'azienda, il "cuore" dell'attività. Lo sforzo del primo piano industriale presentato dall'amministratore delegato di Poste, Matteo Del Fante, battezzato "Deliver 2022", è dare un'immagine nuova di affidabilità e fiducia. E' lo stesso Del Fante a spiegarlo. «Come ci immaginiamo Poste? Ogni giorno nei nostri uffici - risponde - entrano un milione e mezzo di italiani, e altrettanti vengono in contatto con i nostri postini. Tre milioni di contatti fisici giornalieri con persone che ripongono fiducia in noi, ed è l'asset più importante che abbiamo». Anche per questo l'amministratore delegato ha ribadito che gli uffici periferici di

Poste, quelli nei Comuni con meno di 5 mila abitanti, non chiuderanno più, ma saranno resi competitivi.

LA CONSULENZA

Poste si prepara, poi, ad un importante ricambio generazionale. Ma anche professionale. Nei prossimi cinque anni, come detto, ci saranno oltre 10 mila assunzioni. Cinquemila ingressi riguarderanno consulenti finanziari, personale formato per vendere prodotti di una certa complessità ed in regola con le normative stringenti introdotte dalla direttiva comunitaria Mifid sulla verifica dei profili di rischio dei clienti. Altri 4 mila ingressi sono previsti nel settore della corrispondenza e dei pacchi. Mentre 500 talenti saranno inseriti nelle funzioni corporate. Nel complesso i dipendenti di Poste, tuttavia, non aumenteranno, ma diminuiranno in media di 3 mila ogni anno. Solo nel 2018 sono previste 16 mila uscite, ma senza traumi. L'età media del personale è alta, 50 anni. Gli over 60 sono oltre 11 mila. Una parte dei dipendenti andrà naturalmente in pensione, un'altra sarà accompagnata al pensionamento con incentivi e scivoli in accordo col sindacato.

LE NOVITÀ

Nel settore dei pacchi e della corrispondenza, Del Fante ha annunciato un nuovo modello operativo di recapito. I postini verranno dotati di un nuovo smartphone che consentirà, tra le altre cose, di rilevare e comunicare la presenza a casa del cliente. Un'informazione preziosissima per la consegna dei pacchi, per evitare viaggi a vuoto dei corrieri. I postini verranno dotati di nuovi veicoli a tre ruote, in modo da poter consegnare più agevolmente loro stessi i pacchi. La previsione è passare da 35 milioni di consegne di oggi a 100 mi-









lioni. Del resto il piano industriale di Poste punterà proprio sulla consegna dei pacchi per chiudere, entro cinque anni, il buco nero del settore corrispondenza che perde 500 milioni l'anno. «Nei prossimi anni - ha spiegato Del Fante - la consegna dei pacchi crescerà in modo significativo. In Italia oggi si consegnano in media 2 o tre pacchi pro-capite per anno. Nei principali paesi europei questa media è di 8-10 pacchi». Poste ha già iniziato una sperimentazione per le consegne pomeridiane e per il sabato. Un'esperienza molto positiva, ha spiegato Del Fante. Che ha anche avvisato: «Nel mondo dei pacchi la consegna domenicale diventerà un'esigenza operativa». Il motivo è semplice. La gran parte degli ordini on line viene fatta il venerdì ed il sabato, consegnare a partire dal lunedì successivo comporta dei picchi difficili da gestire. Così il piano, almeno nelle aree urbane, prevede la consegna anche nei week end. E a chi chiedeva se Poste teme la futura possibile concorrenza di Amazon nel settore delle consegne, Del Fante si è limitato a rispondere che «Poste ha una rete capillare che non teme rivali».

Nelle pieghe del piano industriale c'è anche un altro importante annuncio. Poste entrerà anche nel segmento dell'Rc auto, l'assicurazione stradale. Era un'idea da tempo accarezzata. Del Fante, nonostante l'annuncio, ha voluto comunque mostrarsi molto cauto. Si tratta, ha spiegato, di un settore molto competitivo nel quale entreremo in maniera graduale, "quasi timida", ha detto, anche per non prendere rischi ai quali i nostri clienti e i nostri investitori non sono abituati. La Borsa ha apprezzato il piano, premiando il titolo con uno scatto del 5,8% a quota 7,04 euro.

Andrea Bassi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il piano quinquennale		Posteitaliane	
La strategia di Poste Italiane fino al 2022	Risultato 2017 Miliardi di euro	Target 2022 Miliardi di euro	Crescita media annua 2018-2022
 Utile netto	0,7	1,2	+13%
 Ebit	1,1	1,8	+10%
 Ricavi	10,6	11,2	+1%
 Corrispondenza/ Pacchi/ Distribuzione	3,6	3,5	Investimenti 2,8 miliardi di euro
 Solo pacchi	0,7	1,2	Assunzioni 10.000 (5.000 nel finanziario e assicurativo)
 Pagamenti mobile/digitale	0,6	0,8	Esuberi 15.000 (3.000 l'anno)
 Servizi finanziari	5,0	4,9	
 Servizi assicurativi	1,5	1,9	

ANSA centimetri

Bruxelles accelera sulla «Web Tax»

Tra meno di un mese la proposta L'aliquota sarebbe tra l'1 e il 5%

Passi avanti della Commissione sulla tassa per costringere colossi come Facebook, Google e Amazon a pagare una giusta quota di imposte

GIOVANNI MARIA DEL RE
BRUXELLES

Da mesi nell'Ue si discute della Web Tax, la tassa per costringere i colossi digitali come Facebook, Google, Amazon, a pagare una giusta quota di imposte, ora la Commissione Europea accelera. Tra meno di un mese, probabilmente il 21 marzo, presenterà la sua proposta, su cui sta lavorando da tempo, il testo, dicono ad *Avenire* fonti comunitarie, «viene ritoccato ogni giorno». Bruxelles punta a una tassa armonizzata a livello Ue, diversa dalla normale imposta societaria sui profitti, che punterebbe a costringere le società a pagare sui proventi finora rimasti pressoché al di fuori del radar del fisco, anzitutto la vendita a peso d'oro dei dati degli utenti per consentire pubblicità più «mirate». L'aliquota sul tappeto sarebbe tra l'1% e il 5%, calcolata in base al numero di utenti locali e di pubblicità vendute in ogni Paese. Si aggire-

rebbe così il concetto di sede «fisica» della società, retaggio del Ventesimo secolo pre-Internet, e troppo spesso usato dai colossi del Web per mettere i propri quartier generale in Paesi altamente com-piacenti (tipo Irlanda, Lussemburgo, Olanda). Interessate dalla bozza multinazionali con un fatturato di almeno 750 milioni di euro l'anno e con proventi digitali nell'Ue di almeno 10 milioni, che sarebbe obbligate a fornire dati sul numero di utenti e di pubblicità vendute in ogni Paese.

È un tentativo, questo di Bruxelles, di rispondere al pressing sempre più incalzante di molti grandi Paesi, come Italia (che ha già una forma di Web Tax), Francia, Germania. Tutti Stati furibondi per gli enormi gettiti che sfumano, mentre, ha ricordato il commissario Ue agli Affari economici e alla Tassazione, Pierre Moscovici, ormai i colossi del Web costituiscono il 55% della capitalizzazione delle 20 principali economie mondiali, e in media, pagano non più del 9% di imposte contro il 21% delle società non digitali. «La tassazione digitale - ha affermato il francese - sta già diventando realtà, molti Stati membri sono determinati ad intraprendere un'azione per affrontare quel che essi vedono come un problema che deve essere risolto». La Commissione del resto, è preoccupata che proprio l'impazienza di vari Stati possa portare a uno spezzatino di iniziative a livello nazionale (come in Italia), frammentando e com-

plificando il mercato unico per il comparto digitale, che comunque, questione fiscali a parte, è assolutamente vitale per la competitività dell'Ue.

Ai big Ue si stanno ora aggiungendo anche Austria, Bulgaria, Grecia, Portogallo, Slovenia. Il problema però sono vari Stati che bloccano (e in materia fiscale nell'Ue vige l'obbligo dell'unanimità). Anzitutto l'Irlanda, ma anche il Lussemburgo o l'Olanda, che chiedono un coordinamento con tutti gli Stati dell'Ocse - l'organismo che raccoglie le maggiori economie occidentali (tra cui anche Usa e Giappone). La Commissione assicura che il negoziato è avviato, e si attende il rapporto che l'Ocse presenterà il 20 marzo a Buenos Aires. Tuttavia, ha avvertito Moscovici, «il progresso internazionale non dà motivo di ottimismo», visto che c'è «scarso appetito tra protagonisti chiave (anzitutto gli Usa, ndr) a trovare soluzioni concrete». La speranza è che il pressing dei big possa piegare le resistenze di Stati come l'Irlanda. Non sarà facile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



EDITORIALI

La silenziosa guerra dell'e-commerce

Del Fante può ribaltare la favola della rana Poste e dello scorpione Amazon

L'ad di Poste Italiane, Matteo Del Fante, ha un approccio dialogante e battagliero verso Amazon, un amico-nemico nel business delle spedizioni. Di recente ha criticato la "posizione dominante" del colosso americano dell'e-commerce paragonando le sue mire a quelle dello scorpione della favola di Esopo con Poste nel ruolo della rana che viene trafitta dall'aracnide prima di traghettarlo sull'altra sponda del fiume. "Sentirsi come la rana non è una bella sensazione", ha detto con sincerità. Poste non ha ovviamente una struttura che consenta improvvisi cambi di strategia senza conseguenze per il timoniere. Tuttavia Del Fante, manager stimato trasversalmente e nominato nel 2017 dopo una carriera in Cdp e Terna, pare voler ribaltare l'esito della storia. Nell'ambizioso piano industriale 2022 di Poste presentato ieri, premiato in Borsa con un più 5,8 per cento, c'è una trama da seguire. Per Poste, Amazon è per ora una "opportunità" perché è il più grande cliente dell'e-commerce anche grazie alle consegne serali e nei fine settimana. Poste può lavorare dunque sulle tecnologie logistiche (dei 2,8 miliardi di euro di investimenti il 61 per cento va alle tecnologie informatiche e il 16 all'automazione), conta su una rete distributiva capillare e una clientela digitalizzata (gli utenti dei tool digitali del gruppo sono 1,3 milioni al giorno a fronte di 1,5 milioni di persone che vanno negli uffici postali) e la crisi delle banche tradizionali l'ha avvantaggiata nei servizi di pagamento (Postepay e BancoPosta sono le app finanziarie più scaricate e il 25 per cento di tutte le transazioni di e-commerce passa da quelle carte). Amazon sta sperimentando solo ora, negli Stati Uniti, il suo servizio di spedizioni autonomo. Se mai arriverà in Italia non sarà a breve. E la "rana" Poste ha dunque tutto il tempo per meditare e per provare ad arrivare laddove Amazon ancora non riesce.



REGISTRO IN RITARDO

La falsa partenza della legge contro l'assalto dei call center

LA NUOVA legge contro l'assalto dei call center per fermare l'offensiva quotidiana dei venditori del telemarketing è entrata in vigore. Prevede anche per i cellulari la possibilità di iscriversi a un registro per non essere più disturbati. Peccato però che sulla pagina web deputata all'iscrizione compaia la scritta: "Re-

gistrazione compaia la scritta: "Registro esteso ai cellulari e fissi riservati: operativo dal secondo semestre 2018". La spiegazione è un ritornello già sentito tante volte quando entra in vigore una nuova legge: manca il regolamento attuativo.

MENDUNI >> 9

TELEFONI: SI ALLUNGANO I TEMPI PER LA DIFESA DEI CONSUMATORI

Il passo falso della nuova legge contro l'assalto dei call center

Il registro anti-scocciatori non parte: mancano i regolamenti

IL CASO

MARCO MENDUNI

«IL SUO NUMERO non risulta tra quelli che compaiono sugli elenchi pubblici, pertanto non può iscriversi al registro». Il test è una delusione. La nuova legge contro l'assalto dei call center, contro l'offensiva quotidiana dei venditori del telemarketing, porta la data dell'11 gennaio ed è stata pubblicata sulla Gazzetta ufficiale il 4 febbraio. È una legge in vigore. Prevede una nuova forma di tutela per tutti gli utenti che non vogliono essere disturbati e tormentati dalle offerte promozionali: l'iscrizione universale al Registro delle opposizioni. Di che cosa si tratta? Di un elenco al quale è possibile iscriversi (con varie modalità, tra cui quella telefonica, al numero 800.265.265) per stoppare gli scocciatori. In precedenza era riservato solo ai numeri fissi presenti sul-

l'elenco.

La tabula rasa

Le nuove norme permettono invece il semaforo verde per tutti: utenze riservate e, soprattutto, telefoni cellulari. Di più: vengono revocati, con l'iscrizione al registro, tutti i consensi al trattamento dei dati personali espressi in precedenza, anche in maniera (quasi) inconsapevole: firmando la carta fedeltà di un supermercato, con la stipula di un'assicurazione, chiedendo un finanziamento. L'adesione al rinnovato Registro delle opposizioni, secondo lo spirito della legge, è quello di tutelare e di mettere al sicuro chiunque lo richieda. Le cose vanno davvero così? Assolutamente no. La schermata iniziale del Registro, su internet, appare esattamente identica alla precedente. Non fa alcun cenno delle nuove opportunità e, come abbiamo constatato, non permette di iscriversi se non nel caso in cui il nostro telefono fisso ap-

paia negli elenchi pubblici.

Al rallentatore

La spiegazione di quel che accade è in un piccolo e semina-scosto banner in basso a destra, dove per di più scorrono, alternandosi, diverse notizie. Il titolo è però eloquente e allarmante al tempo stesso: "Registro esteso ai cellulari e fissi riservati: operativo dal secondo semestre 2018". Segue la spiegazione: «La nuova legge sarà operativa dopo l'emanazione del Regolamento attuativo». Conseguenza: «I cittadini potranno esercitare il diritto di opposizione alle chiamate pubblicitarie indesiderate verso i cellulari e i numeri fissi non pre-



senti negli elenchi telefonici pubblici verosimilmente nel secondo semestre 2018». Il mix micidiale dei regolamenti attuativi che mancano all'appello e quell'inquietante avverbio, «verosimilmente», non possono non destare allarme. La prima partita è quella che tradizionalmente, in Italia, ha bloccato al palo numerosissime leggi già ufficialmente entrate in vigore, ma che non possono dispiegare alcun effetto concreto. Altra incognita: quale sarà il governo e il ministero (la partita dipende dallo Sviluppo economico) che dovranno redigere questi regolamenti? Quale sarà il suo comportamento? Ci sarà il rischio di nuove frenate?

La seconda parte della legge, quella che prevede invece due soli prefissi facilmente riconoscibili da cui le telefonate dovranno partire, sembra avere invece una data più certa. AgCom, l'Authority delle Comunicazioni, entro il 5 maggio dovrà comunicare agli operatori, e ai cittadini, le nuove numerazioni.

menduni@ilsecoloxix.it

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

Le nuove norme

Possibilità per tutti di iscriversi al registro delle opposizioni, anche con numeri cellulari e anche in caso di telefoni fissi non iscritti negli elenchi telefonici (tutti i clienti potranno iscriversi, si passa da 13 milioni di utenze potenziali a più di 100 milioni)

Si intendono **revocati**, con l'iscrizione al registro, tutti i consensi al trattamento dei dati personali espressi in precedenza



La violazione dei divieti introdotti prevede sanzioni, fino alla sospensione e alla revoca della licenza per gli operatori