

**MADE FOR ITALY**

**Poste Italiane  
e Telecom Italia**

**Due aziende italiane  
per il sistema paese**

**DOSSIER POSTE ITALIANE**

Segreteria Nazionale  
SLC CGIL

*“I servizi postali hanno svolto e continueranno a svolgere un ruolo fondamentale nella società moderna. Se efficienti, sono un volano per la crescita dell’economia, se inadeguati, producono effetti negativi sia sul piano economico sia su quello sociale”*- Libro verde sullo sviluppo del mercato unico dei servizi postali- Commissione europea 1992

## **Storia**

Gli anni cruciali della trasformazione di Poste Italiane da amministrazione dello Stato ad EPE (Ente Pubblico Economico) e poi a S.p.A. sono i medesimi che hanno visto analogha trasformazione delle altre amministrazioni statali (vedi ferrovie dello Stato) ossia inizio anni '90.

Agli inizi degli anni '90 i servizi postali pubblici europei, comprensivi dei servizi finanziari, fatturavano complessivamente 59 mld degli attuali euro, ossia l'1,3% del Pil dell'unione. Al principio degli anni '90 il servizio postale italiano era giudicato irrimediabile al pari della Pubblica amministrazione.

Basti pensare che nel 1989 il tempo medio di consegna della corrispondenza era di otto giorni e mezzo ed il disavanzo di bilancio un dato strutturale.

A quella data il servizio di sportelleria postale non prevedeva diversificazioni di prodotto e non vi era una politica aziendale volta alla soddisfazione del cliente

Ente Poste Italiane si costituisce con legge 20-1-1994 n.71 che prevede sia una delibera del CIPE a regolare il passaggio a SPA, con il demando al Cda dell'Ente dell'onere di accertamento del capitale iniziale in base al patrimonio dell'ente stesso.

Nel 1995 è stipulato il primo Contratto di programma per la regolazione dei rapporti di fornitura del servizio postale.

La fase dirimente per il settore europeo dei servizi postali è segnata dalla Direttiva 97/67/CE.

La direttiva disegnò un mercato unico postale universale riservato per l'erogazione della corrispondenza base, un mercato universale non riservato per pacchi ed editoria ed un mercato libero per il corriere espresso.

Per quanto attiene a Poste Italiane la delibera relativa alla trasformazione dell'assetto societario fu approvata nel 1997 e nel 1998 nacque la Spa.

L'anno successivo il capitale della società fu aumentato per il conferimento di crediti statali maturati quando le risultanze contabili confluivano nel bilancio dello stato.

La forma societaria venne indicata come necessaria per il perseguimento di obiettivi di redditività aziendale e creazione di strutture di responsabilità degli amministratori.

Le linee di intervento atte a diversificare la gamma dei prodotti offerti e mirati alla soddisfazione del cliente riguardarono sia il settore finanziario sia quello tipicamente postale.

Già nel 1994 una legge collegata alla finanziaria consentiva a Poste Italiane di eseguire operazioni di sottoscrizione dei BOT e CCT. La gamma dei prodotti aumentò due anni dopo ricomprendendo titoli emessi da enti pubblici territoriali e spa al cui capitale partecipasse direttamente o indirettamente lo Stato.

Così l'attuale Bancoposta consolidò un ruolo nel mercato mobiliare.

Nel 1996 la norma permise a Bancoposta di trattenere una parte della liquidità riveniente dai C/C postali che Poste utilizzerà per impieghi diretti nei confronti del tesoro e acquisto titoli di Stato. (non verrà più versato tutto a CDP) sottraendo così una parte della raccolta postale alla massa del debito pubblico.

Nel 1998 si operò l'adeguamento di Bancoposta alla normativa del TUB (Testo Unico Bancario).

Si segnò così la distinzione tra raccolta del risparmio e raccolta del "risparmio postale" (solo BPF e Libretti). Alla fine degli anni '90 si realizzò l'integrazione del sistema pagamenti postali con quelli bancari.

Con il DPR 144/2001 il legislatore estese a Bancoposta la vigilanza esercitata dalla Banca d'Italia e dalla Consob.

Negli anni tra il 1999 ed il 2003 si procedette ad un sostanzioso piano di investimenti finalizzato ad adeguare la rete di Poste Italiane alle innovazioni tecnologiche. Di quegli investimenti infatti quasi il 65% fu destinato ad investimenti materiali che hanno prodotto un'elevata informatizzazione degli uffici postali oltre che una riconfigurazione e riqualificazione degli up.

In quegli anni si costituiscono le società facenti parte del Gruppo Poste Italiane.

Postel, nata da una joint venture con Elsag, e Postecom, entrambe partecipate al 100% dalla capogruppo.

Postel S.p.A. si occupa di posta ibrida, generando corrispondenza mediante computer con connessa stampa ed imbustamento, mentre Postecom S.p.A. sviluppa e gestisce servizi accessibili via internet, tra cui la firma digitale, il progetto e-commerce e la corrispondenza on line.

Dal 1999 si è costituita ed avviata l'operatività di PosteVita, società che è abilitata al collocamento di polizze RAMO vita e che a sua volta controlla il 100% di Poste Assicura, che si occupa di distribuzione di prodotti assicurativi di terzi riferiti al ramo danni. Oggi PosteVita è la prima azienda del settore, con 10,516 mld di raccolta premi.

Poste Italiane tentò, subito dopo l'assunzione della forma societaria, di acquisire una banca (Banca Proxima) ma non fu autorizzata dalla Banca d'Italia. Dieci anni dopo, nel 2011, Poste acquisirà MCC S.p.A. (Medio Credito Centrale) dando vita al nucleo centrale della nuova Banca del Mezzogiorno. La nuova banca del mezzogiorno nasce con l'obiettivo di facilitare l'accesso al credito per le imprese attraverso finanziamenti a medio lungo termine.

Infine nel 2007 viene costituita Postemobile s.p.a., società del gruppo che si occupa di telefonia mobile come operatore "virtuale". Gli oltre tre mln di Sim Postemobile sono collegate a conti Bancoposta o a carte prepagate e sono addirittura utilizzabili come carte di credito. Nel primo semestre del 2013 100 dei 160 mln di fatturato derivano dal traffico telefonico, gli altri dai servizi collegati.

Si è dunque assistito negli anni ad una forte diversificazione di prodotto e integrazione di servizi nel settore specificamente finanziario.

Il Bancoposta è oggi una mera struttura divisionale di un'entità soggettiva più ampia. Le Istruzioni di Vigilanza in materia (2004) sono dirette ad isolare, nel modello integrato adottato da Poste, l'attività di bancoposta sia dal punto di vista organizzativo (strutture distinte) sia da quello amministrativo (separazione contabile.) Dal 2011 la separazione contabile viene attuata con un patrimonio dedicato la cui quantità è correlata al grado di rischio legato all'operatività del Bancoposta.

Le aree di attività di Bancoposta sono oggi così perimetrare:

-*raccolta risparmio tra il pubblico*: le risorse rivenienti dai C/C postali della clientela privata sono reimpiegati obbligatoriamente in titoli di stato dell'area euro. Quelli della Pubblica Amministrazione presso la tesoreria dello stato, remunerati in base al rendimento medio dei titoli di stato e indici del mercato monetario.

-*raccolta risparmio postale* che viene svolta sulla base di un rapporto convenzionale storico con Cassa Deposito Prestiti.

-*servizi pagamento* Nel 1998 viene stipulato a riguardo un accordo tra Poste ed ABI. Poi nel 2000 seguono gli accordi sull'utilizzo della carta dei pagamenti bancari presso gli sportelli postali e la possibilità di effettuare bonifici da poste a banca. Il lancio della prima carta prepagata, PostePay ha reso Poste Italiane operatore primario nel settore delle carte prepagate, con un attivo di 8,5 mln di carte emesse.

-*intermediazione nei cambi*

-*promozione e collocamento di finanziamenti* concessi da banche o intermediari finanziari

-*investimenti*

L'insieme di aziende del Gruppo Bancoposta potrebbero costituire un gruppo finanziario ma il gruppo in questione non è ancora soggetto alla normativa di vigilanza del TUB per i gruppi Bancari. Le aziende hanno però una rete di relazioni infragruppo convenzionali e contrattuali.

L'innovazione tecnologica è andata di pari passo, con investimenti massivi sull'adozione di nuove tecnologie finalizzate alla creazione di grandi piattaforme infrastrutturali.

Ad oggi una rete Tlc a banda larga collega gli uffici postali e si utilizzano piattaforme tecnologiche che permettono erogazione dei servizi in tempo reale (specie per i servizi di pagamento).

Per quanto attiene al settore dedicato ai servizi postali lo scenario internazionale degli anni della trasformazione societaria di Poste Italiane vide scelte strategiche diversificate da paese a paese.

Gli operatori postali europei in quegli anni provvedevano ad acquisizioni, fusioni ed alleanze atte a recuperare fette di mercato e procedere ad un'internazionalizzazione dell'attività. Di fatto grandi monopoli postali nazionali europei comprarono aziende per migliaia di miliardi fino a creare due grandi network europei (tedesco ed olandese).

Poste Italiane faceva invece una scelta di consolidamento sul mercato domestico.

Anche nel settore si provvide ad una forte diversificazione del prodotto, introducendo la posta prioritaria, da consegnarsi ad un giorno dalla spedizione e procedendo ad una reingegnerizzazione dei processi produttivi con il lancio di prodotti legati al direct - marketing.

In quegli anni Poste Italiane investì sulla tecnologia dei grandi Centri di meccanizzazione postale oltre ad aprirne di nuovi sul territorio, al fine di rafforzare la rete logistica.

Nel settore pacchi furono invece compiute scelte che ad oggi non configurano Poste Italiane come naturale leader logistico del settore.

Nel Marzo 1998 Poste Italiane, che aveva già una quota di partecipazione in Bartolini, decise di acquistare SDA.

Il 17 Novembre 2000 Poste italiane, Sda Courier e Bartolini siglarono un accordo avente ad oggetto la costituzione della società consortile CLP (Consorzio Logistica Pacchi).

Nel 2000 fu quindi completamente esternalizzata l'attività di smistamento trasporto e recapito al Consorzio logistica pacchi s.p.a., con conseguente dismissione da parte di Poste Italiane dei centri di raccolta e smistamento dei pacchi.

A sua volta CLP affidò lo svolgimento di queste attività a SDA e Bartolini. A Bartolini rimase la specifica consegna dei pacchi Business to business ed i multicollo.

All'epoca la sinergia rappresentava il 40% del mercato.

Infine nel 2005 Poste Italiane non rinnovò i termini dell'accordo originariamente stipulato e vendette le quote di partecipazione in Bartolini.

Si perse così l'occasione, a nostro avviso, di creare un grande consorzio nazionale dedicato al mercato del corriere espresso

Ad oggi non possiamo dire che SDA, l'azienda del gruppo che svolge servizio di "corriere", sia florida. Il bilancio 2012 chiudeva con - 64 mln di euro di risultato operativo contro i -24 mln del bilancio precedente.

Poste Italiane ha versato ben 107 mln di euro nel solo 2011 nella controllata SDA senza investire peraltro l'andamento negativo che prosegue dal 2009.

E' bene ricordare che anche in termini di occupazione, l'azienda in questione ha zone di manifesta irregolarità dei rapporti di lavoro specie per tutto il segmento dei corrieri.

Come tentativo ulteriore di creazione di un polo logistico nazionale, su specifica indicazione dell'allora presidente del Consiglio Romano Prodi, si tentò di operare una sinergia tra FF.SS. e Poste Italiane, (tramite SDA) costituendo la Italia Logistica srl, che avrebbe dovuto avviare *in nuce* la creazione di una forte infrastruttura che mettesse insieme gli asset di FF.SS. (contratti-servizi-disponibilità di tratte di trasporto intermodale) e la funzione di corriere.

La Corte dei Conti ha però nel 2012 bocciato l'operazione, indicando che "L'attività non sta garantendo i risultati previsti tanto da non essere più considerata adeguata strategicamente. Gli asset che FF.SS. avrebbe dovuto garantire non si sono verificati".

Attualmente Italia logistica è totalmente controllata da SDA Express courier.

Ad oggi il capitale sociale di Italia logistica S.r.l. si è ridotto sotto il minimo legale (art 2482 CC).

Peraltro nel 2002 fu acquistata anche la compagnia Mistral air, con l'idea di sviluppare il trasporto aereo postale. La scommessa sembra non aver avuto esiti positivi dato che Mistral air chiude il bilancio 2012 con otto mln di passivo e un patrimonio netto negativo di sei mln di euro (patrimonio sceso sotto i limiti di legge e che necessita di ricapitalizzazione)

Il risultato della mancata creazione di sinergie positive che coinvolgessero in primis la capogruppo, con la sua capillare rete di distribuzione postale, è che non esiste ad oggi un vero operatore logistico integrato italiano.

Nella considerazione che il trasporto di merci **business to business** e **business to consumer** non ha subito una crisi complessiva di sistema, ed il corriere espresso ha addirittura registrato incrementi di produttività ancora nel 2012, riteniamo ragionevole pensare che sia questo un settore naturalmente postale che il Gruppo dovrebbe fortemente potenziare.

Ad oggi il mercato postale Italiano è liberalizzato a seguito del DL 58/2011 in recepimento della terza direttiva postale 2008/6/CE e, con lo stesso decreto Poste Italiane ha mantenuto l'affidamento del servizio postale universale per ulteriori 15 anni. Il decreto prevede l'applicazione del fondo di compensazione.

Dal gennaio 2012 la regolazione della vigilanza è affidata all'Autorità per le Garanzie sulla Comunicazione (AGCOM)

### **Le sfide**

In questi anni, in conseguenza di una flessione costante degli invii di posta tradizionale, si sono affrontati processi riorganizzativi che hanno impattato specificamente sul settore dei servizi postali.

Nonostante ancora nel 2012 si sia implementata la funzionalità del "postino telematico", abilitando nuove funzioni di pagamento sul pos collegato al terminale consegnato ai portalettere, quale forma di sportello avanzato e si sia proceduto a realizzare più isole tecnologiche digitali presso i Centri di meccanizzazione postale (a Firenze Bari Cagliari Palermo e Padova) per la dematerializzazione di documenti e corrispondenza cartacea, quali investimenti sulla logistica postale, non si è realizzato l'investimento più importante ai fini del rilancio della divisione postale.

Siamo infatti convinti che Poste possa candidarsi, per il suo essere strutturalmente una enorme piattaforma di servizi integrati in tema di credito-logistica-digitalizzazione-sistemi pagamento, ad acquisire ulteriori fette di mercato nella relazione integrata con la clientela sia business che retail sul tema del trasporto merci.

In parte il calo della corrispondenza ordinaria può essere compensata da una nuova tipologia di consegna postale

Diversi operatori esteri, infatti stanno studiando soluzioni capaci di mantenere la qualità del servizio riducendo però i costi. L'obiettivo è migliorare la qualità del servizio con il recapito elettronico su PC e dispositivi mobili.

Il nuovo servizio è chiamato posta ibrida all'inverso ("reverse hybrid mail"): si procede alla scansione delle buste destinate al recapito, le cui immagini in formato elettronico vengono inviate al destinatario prima del recapito fisico, in modo da avvertirlo del prossimo arrivo. Il destinatario può optare fra il recapito fisico o quello esclusivamente elettronico, con la scelta supplementare dell'apertura della busta e la scannerizzazione completa del suo contenuto (a pagamento).

Due paesi europei, la Svizzera e la Finlandia, offrono già questo servizio alla clientela

Le poste svizzere hanno creato il loro servizio Swiss Post Box che utilizza una propria tecnologia proprietaria, finalizzato a ridurre i costi del processo complessivo (specie per la parte manuale) di oltre il 40% e semplificare la consegna all'utente finale, specie alle aziende.

Swiss Post sta lavorando per sviluppare ulteriormente il servizio prevedendo che la scansione delle buste venga svolta a monte e in automatico durante la fase del loro smistamento nei centri di meccanizzazione postale.

Il progetto ha un modello sostenibile di business, perché quello che l'operatore postale perde come minori recapiti, lo può recuperare giocando il ruolo di portale che raccoglie, distribuisce e intermedia i servizi.

Poste Italiane, come abbiamo detto, ha realizzato forti investimenti negli ultimi anni sulle nuove tecnologie informatiche per cui dispone delle risorse tecnologiche per attuare un progetto simile.

E' evidente che lo sviluppo generalizzato del servizio di reverse hybrid mail sconta però in Italia una difficoltà legata al fatto che mancano in buona parte del territorio connessioni veloci e perché solo il 50% della popolazione utilizza Internet.

In questo senso è evidente la stringente necessità di sviluppo della c.d. Agenda Digitale, con un utilizzo mirato dei fondi strutturali europei stanziati per il 2014-2020.

Ciò nella consapevolezza che la digitalizzazione della PA, coniugata ad una sua semplificazione, comporterebbe una significativa riduzione della spesa corrente ed un aumento delle entrate.

Di pari passo l'Agenda digitale porterebbe benefici al sistema privato delle imprese, che oggi in Italia vede uno scarso utilizzo delle nuove tecnologie.

La saturazione della rete fisica di consegna della corrispondenza però non è credibilmente riducibile a fronte dell'obbligo di assicurazione del servizio universale e la consegna di merci consentirebbe di sfruttare la capillarità del servizio.

Seppure il settore dell'e-commerce risulti in crescita e Poste Italiane abbia optato per la lavorazione e la consegna in proprio dei pacchi sino a 3 KG, non può rimanere quello l'unico asset di sviluppo logistico possibile.

Una forte integrazione tra gli hub di Sda e quelli postali, compresenti sul territorio, e l'utilizzo delle aree dismesse di alcuni dei Centri di meccanizzazione postale ridimensionati nell'attività con gli ultimi accordi di riorganizzazione, consentirebbero di avere aree di lavorazione e di stoccaggio del prodotto oltre che di accettazione dei grandi clienti.

In questa direzione l'internalizzazione dei pacchi a marchio Poste Italiane con SLA J3 (con peso < kg 3,00 e misura max cm. 50x20x28) e delle spedizioni a marchio Poste Italiane - CLP - "Home Box Spot" è stato un primo passo in avanti al fine di testare la capacità della rete di differenziare le risposte in termini di soddisfacimento delle richieste della clientela.

Il recente perfezionamento dell'accordo con Amazon - leader del settore e-commerce - prevede la consegna nel trimestre metà novembre-metà febbraio 2014 da parte del portalelettere dei pacchi a marchio Poste fino a 3 kg. Tale intesa, pur se circoscritta a un periodo limitato di tempo, rappresenta un'opportunità di sviluppo e consolidamento di Poste nel settore Pacchi.

Le stime sui volumi per il periodo (800.000 spedizioni mese con un valore massimo giornaliero di 50.000 oggetti) sono il banco di prova per l'estensione del business di Poste Italiane che consente di mettere a fattore comune le competenze, le infrastrutture, la rete e le risorse dei Servizi Postali e del Gruppo.

Importante sarà tirare il consuntivo di questo primo importante accordo in termini di qualificazione dell'offerta, qualità del servizio e sviluppo del business che potrà essere estesa ad altri operatori del settore. Nel 2012 il commercio elettronico in Italia aveva un valore stimato di 10 miliardi di euro.

In questa prospettiva potrà essere riqualificata la presenza e il ruolo di stabilimenti più piccoli, ex centri postali operativi, che hanno aree di ulteriore appoggio merci capillarmente presenti sul territorio nazionale.

L'idea è dunque quella di sfruttare appieno il cd ultimo miglio di recapito, con un portalelettere già oggi dotato di tutti gli strumenti telematici atti a tracciare la spedizione e incassare eventuali pagamenti dal cliente finale.

Peraltro soprattutto nelle zone di provincia, dove permane la dotazione di mezzi furgonati (panda 4X4) al portalelettere, sarebbe già ora agevole prevedere la consegna di colli.

Punto di forza della rete di sportelli postali e di accettazione grandi clienti per la commercializzazione del prodotto è data anche dal contatto fisico che consente peraltro di intercettare la clientela e proporle la complessità e l'integrazione dei servizi postali.

Peraltro una adeguata regolamentazione che evitasse la circolazione nelle aree urbane della miriade di vettori che affollano le strade, sul modello delle aree metropolitane europee che prevedono bandi di gara che affidano la consegna urbana ad un solo operatore, consentirebbe una forte riduzione di traffico ed inquinamento ed un efficientamento delle consegne.

Siamo tutti consapevoli che la logistica è un elemento centrale per la competitività di un Paese. L'Italia, secondo i calcoli della Consulta della Logistica, istituita presso il Ministero dei trasporti, ha un danno di oltre 4 mld di euro all'anno causato dall'assenza di un operatore logistico integrato nazionale.

Del resto negli anni la domanda di trasporto merci è mutata qualitativamente. Oggi oltre al mero trasporto si richiede un insieme ampio ed articolato di servizi di supporto ed informativi, i cosiddetti servizi ad alto valore aggiunto. È comprovato che il cliente è disponibile a pagare all'operatore logistico un prezzo aggiuntivo per un servizio integrato costruito sulle specifiche del cliente stesso.

Per le aziende postali è dunque necessario consolidare la propria missione storica di servizio universale nel campo della comunicazione ordinaria e valorizzare il presidio territoriale utilizzando il sistema a rete che consente di sviluppare il sistema di retail sia distributivo che finanziario.

La mission di un'azienda complessa di questa natura prevede a nostro parere interventi su cinque aree:

- logistica ( business to business/ business to consumer/consegna a domicilio di qualsivoglia tipologia di merce)
- comunicazione elettronica
- presidio istituzioni territoriali ( servizio di tesoreria/ servizi amministrativi/ servizi tributari/accettazione istanze dell'utenza, richiesta certificati)
- presidio di vendita conto terzi
- retail distributivo finanziario (13.700 c.a. sportelli).

La rete di distribuzione dei prodotti permette peraltro di abbassare il costo marginale del bene.

In questo senso non condividiamo le proposte di chi, a più riprese, ha proposto lo scorporo e la societarizzazione del Bancoposta e, da ultimo, la vendita di Poste Vita s.p.a., la quale ad oggi realizza il 52% dei ricavi dell'intero Gruppo Poste. Sarebbe un depauperamento della forza di un gruppo di aziende che, dalla forte integrazione dei servizi, e con l'utilizzo del brand di poste italiane intercetta una clientela sempre più vasta di cui può soddisfare le molteplici esigenze come nessuna singola azienda di servizio può fare.

Ricordiamo la pronuncia dell'AGCOM del Gennaio 2012 che proponeva la separazione societaria di Bancoposta dalle attività postali tradizionali.

Peraltro la vendita di pezzi pregiati del Gruppo costituirebbe per l'unico azionista un guadagno immediato a fronte di perdite esponenziali di guadagni futuri.

La straordinaria potenzialità di un'azienda di diritto privato a totale partecipazione statale, con una storia più che centenaria, che ha saputo modernizzarsi e divenire l'ossatura del paese in termini di servizi e contatto con la cittadinanza, non è ad oggi completamente realizzata.

Assistiamo con preoccupazione ad una continua riorganizzazione del settore postale mirata alla mera riduzione dei costi ma senza una vera prospettiva di rilancio e consideriamo questo un errore strategico ed una miopia pericolosa dal punto di vista industriale. Peraltro la dichiarazione di esuberi sul segmento specifico e l'internalizzazione di attività storicamente appaltate, con gravi ricadute occupazionali esterne al Gruppo, non sono più governabili senza una strutturazione di politiche di rilancio ed investimento.

A maggior ragione se Poste Italiane si candida, a fronte degli importanti utili di bilancio degli ultimi anni, a fare investimenti fuori dal Gruppo, riteniamo necessario che si presenti un piano industriale che indichi quale finalità e quale opportunità comportino questi investimenti.

Solo attraverso i servizi integrati il Gruppo può offrire alla clientela soluzioni che uniscano la vasta gamma di servizi erogati e la capillare rete distributiva.

Partendo dal presupposto che molti milioni di cittadini hanno in essere rapporti finanziari con Poste Italiane e che la totalità degli stessi è giornalmente servito da Poste italiane, la potenzialità di ulteriore integrazione è enorme.

La stessa apertura di un canale dedicato specificamente alle imprese cui si può offrire una efficiente modalità di dialogo multicanale personalizzato, con una rete distributiva consolidata, indica come un maggiore investimento sul target “impresa” con investimenti mirati aumenterebbe potenzialmente le attività.

Anche una maggiore integrazione tra il processo dell’ordine e la consegna, nella logica del “one stop shop”, permetterebbe di recuperare fette di mercato non tradizionali.

Va cioè rafforzata l’idea di una rete di reti, ossia di reti fisiche, telematiche , logistiche, che valorizzino ed implementino il ruolo di infrastruttura essenziale per il Paese che il Gruppo Poste può e deve rappresentare.

Il Gruppo Poste può rappresentare un partner imprenditoriale per le imprese garantendo la fornitura di servizi complessi e completi.

Siamo perciò convinti che, in primo luogo, vada definitivamente scongiurata l’ipotesi di creazione di un gruppo bancario, che prevedrebbe lo scorporo della divisione più propriamente dedicata ai servizi finanziari.

Di contro ribadiamo la necessità di una strategia industriale coraggiosa che recuperi qualità ed efficienza dei servizi postali ma, soprattutto, segni un cambio sostanziale di rotta che identifichi nella rete logistico distributiva di Poste Italiane un segmento in cui fare investimenti mirati al recupero di attività, con il pieno e proficuo utilizzo delle risorse materiali ed umane presenti.

### **Società controllate da Poste Italiane S.p.A.**

- BancoPosta Fondi S.p.A. SGR - 100%
- CLP S.c.p.A. – 51%
- Consorzio per i Servizi di Telefonia Mobile S.c.p.A. - 51%
- Europea Gestioni Immobiliari S.p.A. - 55%
- Banca del Mezzogiorno - MedioCredito Centrale S.p.A. - 100%
- Mistral Air S.r.l. - 100%
- Poste Energia S.p.A. - 100%
- PosteMobile S.p.A. - 100%
- PosteShop S.p.A. - 100%
- Poste Tributi S.c.p.A. - 70%
- PosteTutela S.p.A. - 100%
- Postevita S.p.A. - 100%
- Postecom S.p.A. - 100%
- Postel S.p.A. - 100%
- SDA Express Courier S.p.A. - 100%