

## E per crescere nei pagamenti **Del Fante** punta sull'e-commerce

**C**'è un settore in cui **Poste Italiane** ha scelto di muoversi (quasi) da sola e sul quale il gruppo guidato da **Matteo Del Fante** sta spingendo forte. È il comparto dei pagamenti, legato a filo doppio con lo sviluppo dell'e-commerce, specie nel caso di **Poste Italiane**. Perché il gruppo guidato da **Del Fante** ha una caratteristica unica nel mercato: si occupa della consegna sia dei pagamenti dei beni comprati su Internet. L'anno scorso i postini hanno consegnato 58 milioni di pacchi acquistati via web, e il 30% di quelli acquistati dal retail (l'obiettivo 2022 è di arrivare al 40%). E un pagamento su quattro avvenuto via Internet è passato sempre per le **Poste**, con un italiano su due che ha nel proprio portafoglio una carta di pagamento con il marchio **Poste Italiane**, per un totale di oltre 26 milioni di targhette emesse e circa 17 milioni di app scaricate. Alla fine dello scorso anno **Del Fante** ha deciso di spingere su questa sinergia, creando la divisione Pagamenti, Mobile e Digitale e affidandone la guida a Marco Siracusano, in precedenza a capo di BancoPosta e prima ancora responsabile marketing della divisione Banca dei Territori di Intesa Sanpaolo. Una riorganizzazione che ha previsto il conferimento in natura a favore di **Poste Mobile** (l'operatore di telefonia mobile del gruppo che in precedenza sembrava destinato ad essere ceduto) del ramo d'azienda della monetica e dei servizi di pagamento che facevano capo a BancoPosta, con la contestuale costituzione di un patrimonio destinato, utile alla società per operare come Istituto di moneta elettronica (Imel). Le procedure autorizzative sono in corso e **Poste Mobile** diventerà un Imel entro l'ultimo trimestre dell'anno. L'obiettivo

è chiaramente di aumentare le sinergie tra pagamenti e digitale, alla luce anche della nuova direttiva europea Psd2 e facendo della nuova divisione il centro di competenza per la strategia digitale di tutto il gruppo **Poste Italiane**. Nel primo trimestre i risultati hanno iniziato a mostrare una crescita: a marzo 2018 i ricavi del comparto Pagamenti, mobile e digitale sono risultati pari a 143 milioni, in aumento del 10% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso, mentre il risultato operativo nel primo trimestre è stato di 57 milioni, in aumento delle 3,6%. I ricavi da pagamento con carte al contempo sono aumentati del 20% grazie a un aumento della carte PostePay e a un più elevato numero di transazioni, sia nel canale fisico sia in quello digitale. Mentre il numero di e-wallet digitali (i pagamenti con il telefonino) ha raggiunto i 2 milioni. Il piano industriale Deliver 2022 prevede più in particolare un aumento delle transazioni annue dai 900 milioni di euro fine 2017 a 1,6 miliardi. Mentre tra i cantieri aperti c'è quello della crescita dei servizi di acquiring con gli esercenti: finora il gruppo si è focalizzato essenzialmente sull'emissione di carte, mentre ora punta anche ad offrire conti correnti e pos ai commercianti, sia fissi sia mobili. Sfruttando, anche in questo caso, le possibilità offerte dalle nuove tecnologie e muovendosi da sola. Anche se, pure nei pagamenti, le alleanze del gruppo potranno far crescere il business. Il recente accordo triennale firmato con Intesa Sanpaolo prevede la possibilità di pagare bollettini postali tramite i canali fisici e remoti della banca e della controllata Banca 5 (ex Banca del Tabaccai) e di ricaricare anche le carte PostePay.

