

Sotto la lente

00285

00285

# Il traguardo



## di Poste

# dopo le lettere

Luca Piana

**S**e si osserva l'andamento in Borsa, le **Poste Italiane** sembrano a prima vista confermare la loro natura più tradizionale: un titolo capace di difendersi bene nei momenti difficili, grazie anche ai dividendi di rilievo, meno di volare quando gli investitori trovano venti più freschi dai quali farsi trasportare. A cinque anni la performance è migliore rispetto a quella dell'indice Ftse Mib (+77% contro +52%, se si considera il rendimento totale netto, che conteggia anche i dividendi), mentre a tre anni è meno brillante (+50% contro +61%). Il distacco, in realtà, è stato accusato per intero in questo 2023, quando il mercato ha cavalcato l'onda dei profitti garantiti alle banche dall'aumento dei tassi d'interesse. Eppure, a dispetto della natura difensiva del titolo, le **Poste** di oggi appaiono molto cambiate e meno tradizionali rispetto a quelle del 2017, quando si è insediato l'attuale management.

La primavera scorsa, presentando i conti del 2022, **Poste** ha diffuso alcuni dati che illustrano bene questa trasformazione. Se nel complesso i ricavi tra il 2017 e il 2022 sono aumentati da 10,6 a 11,9 miliardi, al loro interno i pesi dei vari business in cui è articolata l'attività sono cambiati parecchio. Quello dei business definiti «in declino» - i bollettini e la corrispondenza - è sceso dal 33 al 21% dei ricavi. C'è poi un secondo segmento che le **Poste** chiamano «mercati stabili», costituito in parte da attività storiche come il risparmio postale e in parte da attività relativamente più recenti come i servizi di telecomunicazione e la gestione del risparmio: il loro peso sul totale dei ricavi si è ridotto in maniera lieve, dal 44 al 42%. È però il terzo raggruppamento di attività, i mercati battezzati «in crescita», a marcare la differenza: se nel 2017 valeva il 23% del giro d'affari totale, nel 2022 è salito al 37%. Ne fanno parte un business tradizionale come i pacchi - che vive nuova vita grazie all'e-commerce - altri consolidati come le assicurazioni - che il gruppo intende rilanciare anche con l'acquisizione di Net Insurance, che amplia l'offerta - nonché i «servizi di pagamento», uno dei fronti più innovativi.

Se si considera solo quest'ultima voce, i servizi di pagamento, tra il 2017 e il 2022 i ricavi sono aumentati da 530 milioni a 1,14 miliardi, con un obiettivo a fine 2023 di 1,7 miliardi. Che cosa c'è dentro? Gran parte è rappresentata dalle commissioni delle carte prepagate PostePay (580 milioni), dai servizi di telefonia più dinamici come la fibra (320 milioni), dai pagamenti con strumenti quali gli F24 nonché dal consolidamento dei ricavi di Lis, società acquisita a settembre 2022 che gestisce una piattaforma presente in oltre 50 mila punti vendita che permette il pagamento di bollettini, Mav, ricariche di carte prepagate e telefoniche, nonché il ritiro di pacchi. Una



Superficie 61 %

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - L.1620 - T.1615

nuova spinta sta arrivando dalla vendita - iniziata a metà 2022 con un'offerta per i dipendenti - di contratti per la fornitura di luce e gas, che nel primo semestre 2023 hanno generato 41 milioni di ricavi, con un obiettivo superiore ai 150 milioni a fine anno. Uno dei punti su cui si concentrerà l'attenzione del mercato sarà su quando l'energia diventerà un mercato redditizio: i costi di startup nei primi sei mesi del 2023 hanno avuto un impatto negativo di 26 milioni sull'utile operativo totale dei servizi di pagamento (prima di interessi e tasse), comunque cresciuto a 199 milioni, dai 169 del primo semestre 2022.

La fornitura luce e gas non è un'iniziativa estemporanea ma fa parte della strategia di Poste di diventare una piattaforma completa di servizi per le famiglie, facendo leva sugli uffici postali per condurre i clienti nel mondo digitale. Tuttavia, in Borsa, il gruppo continua ad essere considerato un ibrido, in quanto è ancora difficile collocarlo in un settore specifico. Tra i fattori limitanti, c'è certamente la corrispondenza, che resta un business in perdita, con gli aumenti tariffari che non compensano del tutto il calo dei volumi. Per far sì che la strategia di sviluppo acquisisca ulteriore forza, la chiave di volta potrebbe essere il progetto che Poste, grazie anche ai fondi del Pnrr, ha avviato per trasformare 7.000 uffici nei piccoli comuni in centri in grado di fornire molteplici servizi, dall'anagrafe alle colonnine per le auto. L'obiettivo è principalmente sociale, per contrastare la desertificazione dei piccoli centri e fornire agli abitanti i servizi pubblici. Ma quando nel 2026 sarà completato, potrebbe essere d'aiuto per migliorare la redditività della rete.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'OPINIONE

I business come bollettini e corrispondenza pesano sempre meno sui ricavi, che invece si spostano sempre più sui pagamenti e su nuovi servizi finanziari

MARGINI E DIVIDENDI  
GLI OBIETTIVI PER IL 2023

2,5 mld

Le attese di Poste sull'utile operativo prima di interessi e tasse (Ebit) nel 2023, dai 2,29 miliardi del 2022

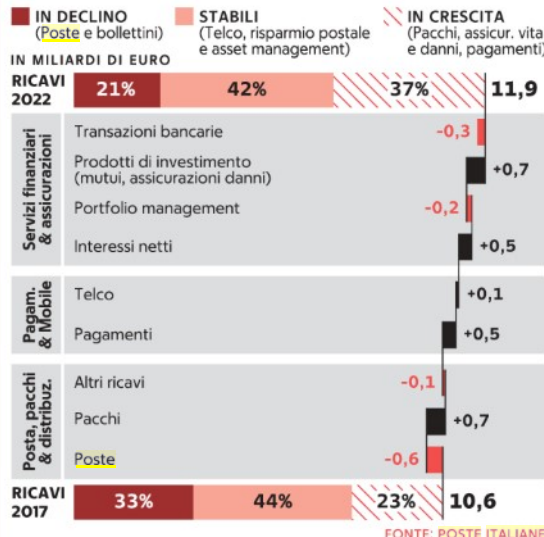
0,71 euro

Le indicazioni di Poste sul dividendo per l'esercizio 2023, rispetto agli 0,65 euro distribuiti per l'anno passato



I NUMERI

IL CAMBIAMENTO DAL 2017 AL 2022  
NELLA RIPARTIZIONE % DEI RICAVI





① L'obiettivo di Poste è di arrivare nel 2023 a 1,7 miliardi di ricavi nei servizi di pagamento, da 1,14 miliardi nel 2022