

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
GIANCARLO GIORGETTI

La seduta comincia alle 15,15.

(La Commissione approva il processo verbale della seduta precedente).

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che, se non vi sono obiezioni, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso impianti audiovisivi a circuito chiuso.

(Così rimane stabilito).

**Audizione dei rappresentanti
di Poste italiane Spa.**

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sulle politiche di privatizzazione, l'audizione dei rappresentanti di Poste italiane Spa.

Desidero in primo luogo ringraziare, a nome di tutti i colleghi, il presidente, l'amministratore delegato e gli altri rappresentanti di Poste italiane Spa per aver tempestivamente accolto l'invito della Commissione. L'odierna audizione, che si inserisce nell'ambito dell'indagine conoscitiva sulle politiche di privatizzazione, può costituire un utile occasione di approfondimento su specifici aspetti che attengono essenzialmente all'andamento gestionale ed economico della società e alle sue prospettive future.

A questo riguardo, mi limito a ricordare che Poste italiane è una delle maggiori aziende del paese relativamente al fatturato e, soprattutto, al numero dei

dipendenti, superiore a 150 mila unità, presente in tutto il territorio nazionale attraverso più di 13 mila uffici postali. Una rete così capillarmente diffusa ha consentito alle Poste di consolidare, nel corso degli anni, il rapporto con la clientela, assumendo un ruolo crescente nel comparto finanziario in aggiunta al tradizionale svolgimento del servizio postale propriamente inteso. Il risparmio postale rappresenta oggi, molto più che in passato, una delle forme più affidabili e meno rischiose di investimento.

È innegabile che la trasformazione della forma giuridica dell'amministrazione postale in società per azioni e le iniziative che sono state adottate nel corso degli ultimi anni per la riorganizzazione e il risanamento dell'impresa abbiano consentito di ottenere significativi progressi, in primo luogo in termini di efficienza e di miglioramento del livello della produttività. A tal fine, un ruolo importante è stato svolto dalla valorizzazione, anche attraverso una più stretta integrazione, delle varie forme di rapporto con la clientela e l'allargamento della tipologia dei servizi resi. Tutto ciò ha indotto Poste italiane ad assumere una struttura articolata in più società operative, tra gli altri, nei settori dei servizi Internet, comparto assicurativo e gestione del risparmio. I progressi compiuti meritano ampio apprezzamento.

Occorre domandarsi quali margini di ulteriore miglioramento sussistano e quali obiettivi si pongano i responsabili della società nei diversi settori di intervento. In particolare, è evidente che i risultati ottenuti per quanto concerne le attività di carattere finanziario non devono penalizzare l'obiettivo di un miglioramento della qualità dei servizi postali, a cominciare dalla tempistica relativa al recapito della

posta. A tal fine auspico che siano forniti puntuali indicazioni sugli obiettivi che si prevede di realizzare nei prossimi anni.

È evidente che la decisione di collocare sul mercato Poste italiane Spa, procedendo alla sua privatizzazione « sostanziale », spetterà essenzialmente alle competenti istituzioni. Allo stesso tempo, si deve rilevare che il conseguimento di risultati positivi in termini di produttività, efficienza e redditività non può che rafforzare le possibilità di crescita e di consolidamento della società. A questo riguardo ricordo che nel corso dell'audizione dei rappresentanti della Cassa depositi e prestiti, svoltasi il 25 marzo scorso, sono stati forniti alcuni dati in ordine all'acquisizione da parte della Cassa di una quota pari al 35 per cento del capitale di Poste italiane Spa per un corrispettivo di circa 2,518 miliardi di euro.

Occorre in proposito chiarire quale incidenza abbia, nell'ambito della gestione e dell'individuazione delle scelte strategiche della società, la presenza di un socio di tale rilievo. Ricordo che nel corso della predetta audizione il presidente della Cassa depositi e prestiti aveva sottolineato che, mentre le partecipazioni acquisite dalla Cassa in ENEL e ENI hanno esclusivamente carattere finanziario, la partecipazione in Poste italiane Spa ha valore strategico e strumentale, costituendo le Poste la fonte prioritaria della raccolta della Cassa.

Do la parola ai nostri ospiti.

ENZO CARDI, *Presidente di Poste italiane Spa*. Signor presidente, onorevoli parlamentari, l'audizione di oggi, nell'ambito dell'indagine conoscitiva sulle politiche di privatizzazione avviata dalla Commissione bilancio, è un'opportunità di particolare valore per rappresentare in questa sede il percorso compiuto da Poste italiane dal 1° gennaio 1994 ad oggi.

Lo scorso mese di gennaio, infatti, è trascorso il decimo anno dal momento in cui, con l'entrata in vigore delle disposizioni della legge n. 71 del 1994, Poste italiane ha avviato il percorso di distacco dalla pubblica amministrazione, che si è

poi realizzato nel febbraio 1998 con la trasformazione in società per azioni. Già nelle disposizioni ordinamentali e di principio racchiuse nella richiamata legge n. 71 era iscritta la prospettiva di ulteriori evoluzioni societarie. Infatti, l'articolo 1 della stessa, prevedeva che, a seguito della trasformazione in società per azioni, il CIPE deliberasse in ordine alla proprietà ed al collocamento delle partecipazioni azionarie favorendone la massima diffusione tra i risparmiatori.

In questi dieci anni il percorso di risanamento e di sviluppo è proceduto in modo costante e senza soluzione di continuità ed, oggi, ci vede consolidare il nostro ruolo come settima azienda italiana per fatturato, prima azienda italiana per addetti.

Un anno fa, di questi tempi, la società annunciava, dopo 50 anni, il primo bilancio in utile. Tale risultato positivo si conferma anche per l'esercizio 2003 e troverà evidenza nel bilancio di esercizio che il consiglio di amministrazione esaminerà ed approverà nella prossima seduta di lunedì 3 maggio. Fin d'ora possiamo dire che il bilancio si presenta con un ulteriore risultato utile, anche in miglioramento rispetto all'anno precedente, ed evidenza come ormai Poste italiane è un'azienda che ha consolidato risultati positivi, in grado di creare le condizioni migliori per le decisioni degli azionisti.

In questo senso si può affermare che il *management* e gli amministratori hanno compiuto la missione originaria del risanamento ed oggi si collocano nella prospettiva dello sviluppo. In questo contesto nel dicembre dello scorso anno si è compiuto un altro importante passaggio, l'ingresso nell'ambito della nostra compagine azionaria della Cassa depositi e prestiti. Infatti, il 12 dicembre 2003 il 35 per cento di Poste italiane è stato ceduto dall'allora unico azionista, il Ministero dell'economia, al nuovo organismo per un controvalore complessivo di circa 2 miliardi e mezzo di euro. Si tratta di una fondamentale e positiva evoluzione societaria che supera il modello precedente basato sull'unico azionista. Ad esso infatti si affianca, con una

significativa quota del capitale, un soggetto come la Cassa, in prevalenza pubblico, ma partecipato per una quota significativa da investitori privati (le fondazioni cosiddette *ex bancarie*), determinando in via indiretta una prima apertura della società alla partecipazione di soggetti estranei all'ambito statale.

Abbiamo perciò particolarmente apprezzato l'affermazione con la quale il presidente della Cassa depositi e prestiti, Salvatore Rebecchini, nel corso della sua audizione del 25 marzo scorso, ha evidenziato come per la Cassa la partecipazione in Poste italiane Spa sia assolutamente strategica. Crediamo anche noi che la rete dei 14.000 sportelli postali sia un elemento insostituibile per il sistema del risparmio postale italiano ed il braccio di raccolta della stessa Cassa depositi e prestiti. La partecipazione azionaria di Cassa depositi e prestiti nel capitale di Poste italiane rafforza dunque le sinergie tra le parti, già iniziate con la sottoscrizione dell'ultima convenzione avente ad oggetto la collocazione dei prodotti finanziari della Cassa al pubblico (prodotti ulteriori rispetto a quelli storici del libretto e del buono postale, in particolare il nuovo buono postale indicizzato che abbiamo appena iniziato a collocare e che è regolato nel contesto di questa nuova convenzione). Tale partecipazione di Cassa favorisce il consolidamento delle iniziative di commercializzazione del risparmio postale, assicura nell'immediato una crescita di valore per entrambe le imprese ed appare ancora più promettente per il futuro.

In una prospettiva di quotazione in borsa di Poste italiane, ciò si presenta come elemento di garanzia, volto a rafforzare l'appetibilità del titolo per gli investitori, e di stabilità, in quanto la Cassa depositi e prestiti è sicuramente un investitore istituzionale.

La scelta compiuta dal Ministro dell'economia e delle finanze va accolta positivamente e costituisce una base su cui si può puntare per creare valore nell'interesse del paese e della collettività.

Siamo consapevoli che si tratta di una responsabilità importante perché è co-

struita su valori principalmente immateriali. Noi svolgiamo varie attività, come tra breve vi esporrà l'amministratore delegato presentando il quadro operativo e gestionale dell'azienda al momento attuale. È chiaro che, quando collochiamo denaro, ci rendiamo conto di avere una particolare responsabilità nei confronti del sistema.

Da circa 130 anni, dal 1875, riceviamo e restituiamo fiducia alla collettività. Dunque, oggi più che mai, in un momento così delicato e difficile per il risparmiatore, che vede il Parlamento particolarmente impegnato a delineare un nuovo quadro di regole per il settore, trova conferma la nostra missione di tutela di questo valore.

È una responsabilità che avvertiamo, consapevoli di essere tra i più grandi intermediari finanziari di questo paese. Poste italiane Spa opera nella piena consapevolezza del sistema di valori che la permea e della necessità di assicurare l'equilibrio tra etica e mercato, con la prospettiva di creare valore. In tale prospettiva non si può, peraltro, tralasciare di accennare alla necessità che ha un'azienda, orientata al mercato, di avere certezze di operatività e di ricavi attesi.

Da questo punto di vista, questa Commissione sa, perché ha avuto modo di esaminare provvedimenti di finanziamento dei nostri servizi, che c'è un tema aperto che riguarda la regolamentazione delle partite con lo Stato in relazione alla erogazione di servizi da parte di Poste italiane Spa.

Mi riferisco, ad esempio, alle agevolazioni per l'editoria e al *non-profit*, recentemente oggetto di adeguamento normativo dettato dal decreto-legge n. 353 del 2003 che, di regola, prevedono risorse solo parzialmente sufficienti a coprire le agevolazioni rese in corso d'anno e che, conseguentemente, necessitano di un successivo provvedimento di assestamento. Crediamo che nella prospettiva che interessa questa Commissione, che si sta occupando di privatizzazioni, ciò costituisca un elemento molto importante perché dobbiamo dare certezza ai futuri investitori privati in ordine alle risorse dell'azienda.

Lo strumento di riferimento — proprio in questi giorni all'esame delle Commissioni parlamentari di merito — è quello del contratto di programma, necessario per dare certezza alla società in tema di oneri del servizio universale. Il testo che attualmente è all'esame, sul quale, peraltro, c'è stato già il parere favorevole del CIPE nei giorni scorsi (quindi l'iter è quasi concluso e speriamo di poterlo firmare tra breve), è per molti aspetti innovativo rispetto ai testi degli anni precedenti: in esso emerge, anche dal punto di vista operativo e negoziale, una piena legittimazione di Poste italiane Spa come soggetto orientato al mercato all'interno di una missione che ne conferma l'insostituibile ruolo di servizio e di mezzo per la coesione sociale. La certezza delle risorse destinate a quest'ultima finalità rappresenta una condizione essenziale per delineare le future prospettive di collocamento azionario presso una più vasta platea di investitori.

Confermo a questa Commissione che la missione di Poste italiane è quella di essere una grande rete al servizio del paese: ciò significa garantire un'offerta di qualità, innovativa e allineata allo sviluppo tecnologico non meno che alle esigenze reali del territorio. Di questo aspetto parlerà l'amministratore delegato.

Dal punto di vista dell'impegno che stiamo mettendo nel processo che prima è stato di risanamento e che dal 2003 consideriamo di sviluppo, si ferma qui la responsabilità del *management* e degli amministratori: ogni ulteriore decisione sulle ulteriori evoluzioni degli assetti proprietari è doverosamente rimessa alle valutazioni degli azionisti che, ne siamo certi, assumeranno le loro decisioni nell'interesse dei cittadini che rappresentano il loro come il nostro punto essenziale di riferimento.

MASSIMO SARMI, *Amministratore delegato di Poste italiane Spa*. Abbiamo predisposto un sintetico fascicolo rappresentativo dei punti più importanti dell'attività dell'azienda nel corso dell'anno 2003 e le linee essenziali del piano strategico per il 2004-2006, naturalmente mettendo in evidenza gli obiettivi di quest'anno, che ormai

è già stato sviluppato in numerose iniziative.

Forse è utile scorrere insieme questa rappresentazione, che si pone come prima immagine delle principali caratteristiche di valore del gruppo Poste italiane, che mi piace definire come una infrastruttura a servizio dei propri clienti e del paese. Ciò perché Poste italiane, nelle integrazioni di reti e completamenti interni ed esterni di servizi erogati e di presenza diffusa sul territorio nazionale, rappresenta un grande centro di servizi. Poste italiane rende tutti i propri clienti uguali nella possibilità di accedere alle componenti tradizionali, quelle del mondo della comunicazione, quelle di natura logistica e dei servizi finanziari — sicuramente essenziali — anche sotto il profilo delle offerte innovative. Essa esprime, in alcune realtà, anche la possibilità di utilizzare questi elementi in maniera integrata per offrire servizi su misura, così come richiesti dalle aziende pubbliche e private che operano sul territorio ai vari livelli di responsabilità e di missione di *business*.

Quindi, il gruppo Poste italiane è un'infrastruttura al servizio dei propri clienti e, poiché si tratta di clienti del territorio nazionale, al servizio del paese.

Per quanto riguarda la composizione azionaria, ne ha già parlato il presidente Cardi. Il gruppo si posiziona per fatturato tra le prime dieci aziende italiane e tra le prime cinque aziende postali europee. È la prima azienda italiana per numero di dipendenti: 156 mila. Poste italiane ha una presenza capillare sull'intero territorio nazionale, grazie ai suoi 14 mila uffici postali e ai suoi oltre 40 mila portalettere.

Nel 2002 vi sono stati risultati positivi, ma si tratta ormai di un passato remoto.

Se volessimo rappresentare in chiave visiva il percorso che Poste italiane sta percorrendo dal 1998 nella sua attuale ragione societaria, potremmo identificare tre blocchi logici: il primo è quello del risanamento, che va dal 1998 al 2002; il secondo è quello dello sviluppo, che riguarda l'anno 2003; il terzo è quello del consolidamento dello sviluppo, che è proprio dell'attuale piano strategico 2004-

2006. È evidente che un gruppo di aziende di servizi come quello di Poste italiane con la sua tradizione, ma con l'esigenza di essere presente sul mercato in chiave moderna e puntuale, ha la necessità di un consolidamento interno che non è mai sufficiente.

Quando utilizziamo il termine infrastruttura, già da oggi dobbiamo considerare che Poste italiane è la prima infrastruttura di servizi a valore aggiunto di *information-communication technology* del paese e la seconda di telecomunicazioni, dopo quella dell'operatore nazionale. Desidero sottolineare tale valore affinché nella consapevolezza di Poste italiane, ma anche di tutti i suoi clienti, esso sia sempre più utilizzato a vantaggio delle attività civili e produttive.

Il piano 2004-2006 segue, con il concetto di piano scorrevole, uno precedente presentato nel luglio del 2003. L'orizzonte temporale era 2003-2005. Nel luglio dello scorso anno è stato presentato all'azionista il piano 2004-2006, che, nella sua edizione attuale, ha ricevuto una lettera di approvazione da parte dell'azionista lo scorso mese di marzo.

Il commento sul piano strategico sinteticamente si può rappresentare nel modo seguente: il piano strategico fa della propria crescita dei ricavi sul mercato, per effetto dello sviluppo dei *business* tradizionali e innovativi, e della propria missione di soggetto integrato a creare valore aggiunto su tutto il territorio nazionale, il suo punto di forza.

È evidente che, poiché parte dei ricavi viene generata da innovazione, l'azionista sottolinea questo aspetto e pone, fra le sue osservazioni, elementi di prudenza nell'acquisire ulteriore efficienza, proprio qualora certi effetti innovativi non venissero recepiti dal mercato con la stessa rapidità con cui il piano viene proposto.

L'azionista, inoltre, ci pone, nell'approvare l'azione generale dell'impianto, una sottolineatura volta a razionalizzare ulteriormente verso il mercato la configurazione del gruppo di aziende che costituisce Poste italiane.

Ricordo alcuni marchi noti sul mercato; Postel, leader per la posta ibrida, la SDA, operatore sul corriere espresso, oltre alle aziende di contenuto eminentemente finanziario, la cui origine deriva da funzionalità sul mercato ma anche da dettami di tipo regolatori, come Poste Assicura o Poste Vita. Esse costituiscono un insieme che stiamo cercando di porre in maniera sempre più organica, per filoni di *business* di attività, in modo da essere presenti sul mercato e servire il profilo di clientela più esigente.

Questo avviene con un criterio cosiddetto di multicanalità, dietro al quale c'è una scelta di profilo commerciale ed una di natura tecnologica. Le stesse funzionalità possono essere soddisfatte mediante un concetto di integrazione di canali commerciali; si pensi al bollettino di conto corrente postale che può essere pagato in vari modi: fisicamente all'ufficio postale, in alcuni distributori di moneta, via Internet dai titolari di conto corrente, tramite strumenti di pagamento come la carta prepagata o via telefono; ricordo, inoltre, che, da alcuni mesi, stiamo predisponendo il servizio digitale terrestre.

Nel completare le osservazioni sul nostro piano, l'azionista ci invita poi a valorizzare il patrimonio immobiliare e a metterci sempre più nella condizione di aumentare il prestigio dell'azienda per eventuali e future decisioni concernenti la possibilità o meno di privatizzare la medesima.

Al fine di comprendere il nostro posizionamento sui principali profili di *business*, richiamo la vostra attenzione alla pagina 10 del prospetto che vi abbiamo consegnato, ove, con colori diversi, in una rappresentazione di diagramma, si evidenziano le posizioni attuali (indicate con il numero antecedente al titolo — servizi finanziari, corrispondenza, corriere espresso e pacchi, Postel e nuovi servizi) ed il massimo della crescita dei ricavi e della contribuzione alla redditività.

La strategia di Poste italiane, sotto il profilo di sviluppo del mercato, si fonda sulla valorizzazione, sia singolarmente sia in maniera integrata, delle quattro com-

ponenti di riferimento, innanzitutto della corrispondenza. Riguardo ad essa, recentemente, Poste italiane sta penetrando con risultati positivi in settori che, in Italia, non sono estremamente valorizzati: si pensi al *direct marketing* e al cosiddetto *door to door*, la posta commerciale distribuita nelle case, la quale sta assumendo una presenza sempre più significativa.

La conoscenza della corrispondenza ci sta permettendo di sviluppare, con assoluta positività, nuovi segmenti di comunicazione elettronica.

Infatti, Poste italiane sta offrendo in forma elettronica tutti i prodotti che oggi esistono sotto forma cartacea. L'ultimo prodotto nato, la raccomandata elettronica, sta raggiungendo crescite di natura esponenziale: è evidente a tutti quanto sia comodo, sia per esigenze personali che professionali, lanciare direttamente dal computer una raccomandata. Per di più, tale flusso elettronico si trasforma in un centro di posta ibrida e, nel caso in cui il destinatario non sia ancora un soggetto informatizzato, la raccomandata gli viene recapitata con le stesse caratteristiche di fisicità proprie di quella cartacea.

Tutte le volte che c'è una transizione elettronico-elettronico, fisico-fisico, fisico-elettronico, elettronico-fisico, il ruolo di Poste italiane è quello di assicurare a tutti lo stesso livello di servizio, eliminando il *digital divide*, che separa i cittadini informatizzati da quelli che ancora non lo sono.

In termini di comunicazione, quale che sia la modalità di partenza e di arrivo, Poste italiane punta sulla possibilità di effettuare tutte le modalità di comunicazione facendosi carico delle transizioni elettronico-cartacee.

Sotto il profilo del corriere espresso e pacchi, ove ci troviamo in presenza di operatori di valenza mondiale e di un mercato globale dalle redditività significativamente basse negli ultimi anni, l'obiettivo è di rafforzare la nostra presenza nazionale che rimane aperta verso il mercato internazionale, in una logica di cliente e di segmento di mercato. Abbiamo infatti posto in essere accordi commerciali,

che consentono il completamento della spedizione dall'Italia verso il resto del mondo e viceversa, con gli operatori Fedex, numero due al mondo, e La Poste, il nostro omologo francese, per la copertura dell'area europea. Ciò ci ha consentito di lanciare un prodotto che, secondo le tecnologie più moderne, è tracciato nei suoi punti di consegna in tutto il suo percorso, dall'inizio alla fine.

Mi fa piacere ricordare che Poste italiane ha riacquisito il traffico proveniente dagli Stati Uniti che, negli anni recenti, non era più indirizzato verso l'Italia per il suo completamento, con un profilo di qualità che, permettendone il tracciamento, consente al cliente, e ovviamente all'esercizio commerciale di Poste italiane, una visibilità migliore che porterà in prospettiva ad raggiungere un livello di qualità sempre più stabile e positivo.

Riguardo alla posta ibrida, il gruppo Postel ha già una posizione di numero uno sul mercato nazionale. Stiamo studiando anche la possibilità di esportare questa *best practice*, che viene richiesta, sicuramente a livello europeo ma, più in generale, a livello internazionale.

Siamo anche consapevoli che, proprio per la posizione di *leadership* sul territorio nazionale, la crescita debba essere necessariamente contenuta da questo limite di mercato.

Passiamo ai nuovi servizi, che vediamo nella pagina successiva, nella cosiddetta torta, con cui si rappresentano i ricavi nell'ultimo anno di piano. La suddivisione delle componenti che portano al ricavo vede sì una riduzione della dimensione dei servizi postali a vantaggio di quelli finanziari, ma è altrettanto vero che la componente nuovi servizi si basa, sostanzialmente, sulle applicazioni a valore aggiunto (quelle che percorrono la famiglia della comunicazione elettronica), quindi, sul settore della corrispondenza ciò è visto in chiave evoluta.

Un elemento, senz'altro il più significativo, che il piano si propone è quello di una crescita media annua dei ricavi del 6 per cento. Questo numero è suffragato dal risultato del 2003 e, quindi, è un obiettivo,

a nostro modo di vedere, che si può raggiungere. Siamo convinti che, da un lato, la capacità di proposizione dell'offerta, dall'altro, quella commerciale, via via crescente sul territorio nazionale, possano consentirci di raggiungere questo obiettivo.

Passando a considerare poi il livello di investimenti necessari a sostegno del piano e, quindi, a sostegno del continuo ammodernamento di Poste italiane per renderla, ogni giorno, un'infrastruttura evoluta e attuale, il livello di riferimento è quello rappresentato a pagina 12, in cui la totalità degli investimenti previsti ammonta a 2,7 miliardi nel triennio e la suddivisione, schematicamente rappresentata nei riquadri a fianco, ci mostra che, anche quelle operazioni che sono tipicamente di natura cosiddetta civile, sono a supporto sia dell'informatizzazione, sia dell'automazione postale (oltretutto quelle di ammodernamento del nostro punto di erogazione dei servizi più evidente, cioè quello dell'ufficio postale).

Percorriamo ora rapidamente il senso dei risultati del 2003, che rappresentano risultati gestionali perché, come ha giustamente ricordato il presidente, il nostro consiglio di bilancio si svolge il lunedì della settimana prossima e, quindi, il senso di queste grandezze che mi accingo ora ad illustrarvi è di natura gestionale poiché manca l'approvazione dell'organo che è preposto alla validazione nel complesso del risultato di sintesi del gruppo.

Ancora una volta, si vede che i ricavi da mercato sono in crescita; le compensazioni per il servizio universale e di editoria sovvenzionata sono in diminuzione (quindi, in realtà, partendo dai ricavi del mercato dell'ordine del 6 per cento, siamo scesi di un punto perché le corresponsioni per questi due livelli di servizio sono in diminuzione).

Colgo questa occasione per sottolineare il fatto che, avendo riflettuto a lungo sull'ambito del servizio universale e avendo operato (per quello che mi è stato possibile) ogni tipo di confronti con analoghe tipologie di prestazioni e offerte dagli operatori postali negli altri paesi, a

livello europeo e non (penso al modello statunitense o a quello canadese), la sintesi è che oggi il paese richiede a Poste italiane un livello di servizio universale che poi non è in condizione di pagarsi.

In altre parole, la differenza fra il livello di servizio richiesto e la possibilità di pagare il medesimo è dell'ordine del 50 per cento (questo è il pensiero che lascio alla Commissione, che so essere composta da persone competenti e sensibili a questa tematica, anche se analogo discorso, pur in minor misura, può valere per il tema dell'editoria sovvenzionata).

Comunque, oltre ad ogni impegno da parte nostra di aumento di efficienza, di propositività, di erogazione del servizio in maniera anche innovativa e creativa, di individuazione di nuove fonti di ricavi, il numero di uffici postali è addirittura aumentato, in una spinta verso il mercato in quelle località in cui credevamo (ma riteniamo che se ne possano aggiungere altre ancora) di poter seguire e servire meglio la nostra clientela. Vi sono circa 14 mila uffici a fronte dei seimila uffici principali della Germania unificata (quindi, con una popolazione e densità di invii ed altre grandezze caratteristiche del settore postale ben diverse dalle nostre), un numero ancora inferiore del modello inglese e, rispetto al modello francese, numeri paragonabili ma sempre inferiori ai medesimi.

Questi dati servono a dare una caratterizzazione perché poi sappiamo che se andiamo a vedere il numero di oggetti pro capite spediti ogni anno (è un fatto che sicuramente dipende parzialmente da Poste italiane ma in realtà è un effetto di sistema paese) questo è di un terzo o di un quarto di quelli che vengono spediti corrispondentemente, per esempio, in Germania e in Francia.

Queste sono le due grandi componenti che generano il costo del servizio universale, che noi sappiamo essere sempre dell'ordine di 900 milioni di euro (poco più o poco meno), per i quali la corresponsione è dell'ordine dei 400 milioni di euro.

Poi, *dulcis in fundo*, poiché questi pagamenti, per ragioni di scelte generali, avvengono sempre in momenti molto distanti, l'esposizione finanziaria di Poste italiane ne risente in maniera molto significativa. In altre parole (mi fa piacere esprimere questo concetto), Poste italiane è un gruppo che, nell'anno 2004, è in grado di generare « cassa positiva », ma se il proprio cliente (in questo caso committente), lo Stato, avesse la stessa puntualità di pagamento praticata nel mondo delle relazioni industriali e che Poste italiane pratica come tempi ai propri fornitori (cioè i tipici 120 giorni), evidentemente, gli oneri finanziari di Poste italiane diminuirebbero di almeno 100 milioni di euro.

Aggiungo anche che se Poste italiane fosse pagata, sempre nello sviluppo delle sue attività, con una tempistica paragonabile a questa, sarebbe altresì in grado di pagare i propri investimenti e, quindi, ridurre progressivamente, anno per anno, il proprio indebitamento.

Desidero operare questa sottolineatura per porre alla riflessione della Commissione anche questo punto. Infatti, nella valorizzazione dell'azienda, per il bene del paese e di tutti i propri clienti, può esservi, quanto meno, anche un altro tipo di rappresentazione rispetto a quella tradizionale, per cui si ha una definizione dei pagamenti, inferiori al servizio erogato e con tempistiche assolutamente distanti da ogni regola commerciale, a fronte di un'azienda che ha la possibilità ed è in grado di generare ancora maggiore efficienza interna in termini di qualità e natura di servizio erogato e una posizione economica finale migliore di quanto invece non avvenga.

A pagina 15, vi è un dato che lascio al commento della Commissione, poiché è riportata la crescita del margine operativo lordo da un anno all'altro, che è del 46 per cento. Soprattutto, però, a pagina 16, si vede la posizione di redditività, nel 2002 e nel 2003, migliorativa nell'ambito di un *benchmarking* con i due unici operatori europei che sono quotati in borsa.

Si vede bene che siamo passati da una posizione numero 2, in Europa, nel 2002,

quanto a redditività (quindi, il margine operativo lordo sui ricavi) ad una posizione numero 1, in Italia, davanti alle Poste olandesi e alle Poste tedesche.

Sulla qualità del servizio, gli indicatori a cui si fa riferimento nelle pagine successive portano a riferimento gli obiettivi che vengono dati dal regolatore nazionale e che sono sviluppati in concerto con i riferimenti internazionali quanto a metodologia di misurazione e con *target* via via crescenti, scelti in funzione, anche in questo caso, del livello di qualità che il regolatore ritiene debba essere propria del mercato nazionale.

Sottolineo come gli obiettivi sono stati tutti raggiunti, in particolare, come l'obiettivo, da un anno all'altro, sulla posta prioritaria, sia passato dall'80 all'87 per cento e sia stato del pari conseguito.

A pagina 19 si trova una rappresentazione con cui si indica che gli uffici postali vanno dove va il cliente e, quindi, sia che si chiamino sportelli avanzati, sia che si indichino con modalità diverse, il nostro scopo è sempre quello di raggiungere la clientela dovunque essa sia. Si tratta di scegliere modalità tecnologiche di erogazione del servizio. Un generale lavoro di ammodernamento fa sì che l'anno scorso siano stati dotati del cosiddetto nuovo *layout*, cioè il complesso delle dotazioni tecnologiche e fisiche, oltre 500 uffici. Inoltre, è in corso di piena attuazione — ma abbiamo oltre 244 sistemi attivi — una gestione delle attese, che porta la clientela ad organizzare il proprio tempo nei momenti di punta — siamo consapevoli che esistono ancora — in funzione delle attività di natura commerciale, finanziarie e di comunicazione che gli stessi vogliono sviluppare negli uffici.

Tutto ciò sta attivando delle statistiche che ci permettono di intervenire quando nei vari punti del territorio si determinano delle congestioni (in altri momenti non saremmo venuti a conoscenza tempestivamente di ciò e, quindi, non saremmo intervenuti velocemente con le azioni correttive). Ci siamo confrontati con le associazioni dei consumatori, tramite una carta della qualità — che poi è stata fissata

dal Ministero delle comunicazioni —, in cui sono descritti tutti i prodotti del servizio con i livelli di qualità e le procedure di conciliazione ed arbitrali. Per quanto riguarda i risultati dei servizi postali, la relazione evidenzia che, anche per effetto della crescita della posta *target* — un profilo offerto alle aziende e, quindi, di natura commerciale — e di altri segmenti relativamente nuovi del nostro mercato (il cosiddetto *direct marketing*), complessivamente manteniamo i volumi di corrispondenza, fenomeno destinato a declinare lentamente in funzione dei livelli di informatizzazione.

A dicembre sul conto Bancoposta c'erano oltre 3 milioni 600 mila conti correnti, con una giacenza media che è aumentata significativamente nel 2003 e che nei primi mesi dell'anno registra una crescita di livello paragonabile: si tratta di 20 miliardi diretti nei conti della Tesoreria dello Stato assieme ai risultati dei buoni postali fruttiferi, nella relazione considerati come raccolta lorda e netta, e dei libretti postali, che invece sono analizzati in termini di giacenza. La relazione con la Cassa depositi e prestiti è di carattere strategico e credo che Poste italiane stia sviluppando interamente la propria attività commerciale su prodotti che hanno sicuramente una grande tradizione nel mercato nazionale, ma che si vendono in un mercato competitivo dove tutti producono continuamente prodotti paragonabili. Quindi, tengo a sottolineare che l'attività commerciale di Poste italiane è particolarmente efficace e che non sia una *commodity* il fatto che il paese possa avere un decimo del proprio PIL in risparmio postale e lo veda anche crescere di giorno in giorno.

Per quanto riguarda le altre attività, siamo pressoché in concorrenza su gran parte del mercato, a parte la cosiddetta riserva postale che nel 2003 è stata « ritagliata » perché le cosiddette raccomandate sono in concorrenza. D'altra parte, un recente decreto sancisce l'utilizzo e il valore legale della posta elettronica fra le amministrazioni: è anch'esso un *business* che si svolge in pieno mercato e in chiave

moderna, tanto più nel meccanismo della logistica del corriere espresso. Tra l'altro, per il nostro ordinamento nazionale su queste operazioni siamo esenti dall'IVA, mentre tutti gli altri operatori postali europei fanno di questo libero scambio, anche nella regolazione dell'IVA, uno strumento di natura commerciale nei due sensi. Anche questo potrebbe portare ulteriore redditività sul conto di Poste italiane o dobbiamo pensare che un pari prodotto commerciale (la spedizione di un pacco o di un prodotto fatto da un corriere espresso concorrente) abbia tutto il vantaggio economico dell'IVA sul proprio prezzo al cliente finale.

La filatelia è una nicchia di mercato sfruttata con grande abilità nell'ambito di Poste italiane perché i colleghi che vi operano sono riusciti a valorizzare, ai fini del collezionismo, un *business* che potrebbe essere considerato in declino man mano che diminuisce l'utilizzo primo del francobollo. Infatti, tra la posta che si invia in misura minore e le affrancature di tipo meccanico, la ragione d'uso associata al francobollo diminuisce, ma questa positiva nicchia di mercato continua a darci soddisfazioni.

Sulle aziende del gruppo esiste l'impegno, richiesto dall'azionista e da me in particolare, della loro integrazione e valorizzazione, che vediamo nelle prime principali espressioni della SDA (corriere espresso), di Postel e di Postecom (l'avanguardia tecnologica, la posta elettronica, la firma digitale, la posta elettronica certificata ed identificata): la situazione di queste aziende, che competono in un libero mercato, ha registrato delle positività. Inoltre, vi sono i dati di raccolta del BancoPostafondi, di Poste Vita e anche l'innovazione di prodotto nella carta *Postepay*. Di conseguenza, siamo convinti di aver trovato la strada per il borsellino elettronico, che è stato lanciato nella maniera più semplice per un mercato aperto a tutti, e sarà nostra attenzione arricchirlo con un microprocessore o con gli strumenti più aggiornati suggeriti dalla tecnologia e dalla facilità d'uso. Anche nei prodotti più antichi, come i libretti per i

minori, l'innovazione di prodotto è importante, tant'è che centinaia di migliaia di questi libretti sono stati venduti in aggiunta e ad integrazione del risparmio postale. Inoltre, vorrei citare il progetto passaporti e le raccomandate *on line*.

Proprio in questi momenti di tensione sociale mi fa piacere sottolineare la sigla del nuovo contratto di lavoro avvenuta l'11 luglio 2003, che è stato sottoscritto con responsabilità da tutte le organizzazioni sindacali ed ha raggiunto il massimo livello di adesioni. Si tratta di un contratto di lavoro moderno che introduce forme inquadramentali varie, possibilità di lavoro flessibile, il salario variabile per tutta la popolazione di Poste italiane e fa leva, ancora una volta, su strumenti di innovazione interna e, quindi, di formazione (nel corso del 2002 abbiamo erogato circa 500 mila giornate/uomo di formazione e parimenti faremo nel corso del 2003).

Abbiamo adottato il codice etico, frutto ed espressione dell'azienda, che, nella sua tradizione di rapporto con il cliente, ha ritenuto di richiamare in forma attuale i valori di sempre di Poste italiane. Infine, esiste il progetto della rete logistica, con l'ammodernamento dei grandi centri di smistamento postale. Si tratta di un lavoro complesso sia per i tempi di realizzazione sia per l'inserimento di queste nuove strutture industriali nell'ambito di reti logistiche che funzionano diversamente, con un cambiamento di funzionalità da manuale ad automatica. Quindi, alcune persone dovranno ritrovare, con ogni attenzione da parte dell'azienda, collocazioni consone a nuovi *business* e, possibilmente, di natura innovativa.

Uno degli ultimi aspetti riguarda l'infrastruttura di *information-communication technology*, che costituisce l'ossatura e l'unico strumento fondamentale e abilitante di ogni azione di consolidamento e innovativa di Poste italiane.

Vi sono, inoltre, alcuni servizi che mi fa piacere citare, effettuati da Poste italiane verso le pubbliche amministrazioni centrali e locali. Secondo me un servizio universale, quale Poste italiane, va letto anche in chiave moderna, seguendo il

flusso dell'*e-government* e fornendo la firma digitale usa e getta, come nel caso del Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca, oppure il modello della provincia, con l'erogazione di servizi ai cittadini utilizzando lo sportello postale quale sportello dell'amministrazione stessa. Vi sono tanti esempi di cui abbiamo indicato soltanto quelli essenziali e più recenti.

È evidente che tutti questi strumenti si stanno consolidando e stanno trovando attuazione man mano che le amministrazioni responsabili riescono a coniugare il proprio modello di *business* con l'offerta di Poste italiane e a proporlo ai propri amministrati.

Per quanto riguarda gli obiettivi del 2004, nel procedere nel senso dell'ammodernamento, anche in questo primo trimestre Poste italiane sta raggiungendo valori e risultati sul mercato paragonabili, se non migliori, a quelli del corrispondente periodo dell'anno precedente.

Vi sono, infine, alcuni progetti in corso di attuazione o già attuati, come quelli dell'attività dei *decoder* della tv digitale. Siamo in attesa di ricevere l'autorizzazione ad operare come messi notificatori per rendere libere per le funzioni istituzionali centinaia, se non migliaia, di persone appartenenti all'Arma dei carabinieri e delle forze di polizia. Vi è, inoltre, la Sala poste.

Infine, vi è anche un nuovo modo di valorizzare la presenza degli uffici in chiave sempre più evoluta sotto il profilo informatico, facendo sì che, quando si parla di banda larga, la sua vera e prima applicazione sia quella di raggiungere tutti gli uffici postali del territorio nazionale con il livello di servizi che si può acquisire a livello centrale con la fornitura di servizi basati sull'immagine (nel senso di formazione, semplicità di erogazione, eccetera), ossia dei veri e propri punti di accesso equipaggiati modernamente in qualsiasi luogo periferico del territorio.

PRESIDENTE. Do ora la parola ai colleghi che desiderano porre domande.

DANIELA GARNERO SANTANCHÈ. Innanzitutto vorrei ringraziare i rappresentanti di Poste italiane per la loro relazione, che considero molto puntuale e precisa. Questo elemento per noi è molto importante perché, attraverso le audizioni, possiamo raccogliere dei dati più precisi per impostare meglio il nostro lavoro.

Vorrei rivolgere una domanda all'amministratore delegato, dottor Sarmi, in maniera molto sintetica. Lei ci ha parlato della innovazione tecnologica, che sicuramente ha fatto grandi passi in avanti in Poste italiane. Vorrei sapere come si inquadrerà il rapporto con le possibili *partnership* e gli altri operatori postali in Europa. Grazie.

GIORGIO PANATTONI. Ringrazio molto il *management* delle Poste per questa audizione, anche se sono sorpreso perché mi è sembrata un'audizione totalmente fuori tema. Qui si parla di processi di privatizzazione e su questo aspetto vorrei compiere una serie di osservazioni e rivolgere alcune domande, perché credo che abbiamo parlato di tutto, tranne che di questo aspetto.

Sono ulteriormente sorpreso perché questa pare, in un paese allo sbando e con gravissimi problemi economici, l'unica isola felice, dipinta di azzurro, che funziona perfettamente, senza alcun tipo di problema. Francamente è sorprendente l'immagine che viene data al popolo italiano di un'azienda che sappiamo piena di problemi, di scioperi e di proteste rispetto a tutta una serie di tematiche, che non richiamerò, salvo alcune per puntualizzare e per tornare a mettere i piedi per terra, altrimenti diamo un'immagine molto distorta.

Svolgo prima le due osservazioni sui contenuti che sono stati citati. Il contratto di programma è in ritardo di un anno e mezzo. Lo abbiamo sollecitato in tutti i modi possibili. Non è ancora arrivato perché solo oggi o domani sarà assegnato alla nostra Commissione. Naturalmente lo vedremo. Esso resterà in vigore per poco più di un anno. Sarà anche rivoluzionario, ma se facessimo cose meno rivoluzionarie

ma più ordinate e nei tempi, forse riusciremmo ad avere una gestione più ordinata, perché fino adesso Poste ha fatto tutto ciò che ha voluto, al di fuori delle regole e degli accordi, senza avere concordato con nessuno la propria attività. Mi sembra, francamente, qualcosa di profondamente sbagliato.

Per quanto riguarda la copertura dei costi delle Poste, ricordo ai commissari e al presidente di questa Commissione, che il Parlamento ha votato per ben due volte delle risoluzioni (in Commissione e all'unanimità), chiedendo che questi rimborsi avvenissero a piè di lista e che non costituissero oggetto delle finanziarie in una contrattazione convulsa e notturna su quanto dare a Poste italiane per i servizi che essa è in grado di documentare con la separazione contabile e con un accordo su come vanno calcolati questi costi. Mi sembra sbagliato da parte del Governo dare un aiuto all'editoria che vale 100 e poi retribuire Poste italiane per quel servizio, che vale 100, 50. In tal modo si pone Poste italiane nella condizione di recriminare giustamente su una serie di inadempienze da parte dello Stato, mentre, francamente, ci piacerebbe vedere dei conti un po' più in ordine.

Entrando nel merito dei processi di privatizzazione vi è un altro problema che ritengo rilevante. Ho sentito parlare di tutto tranne di una cosa che mi sembra assolutamente fondamentale. Poste italiane ha un ruolo sociale nel paese elevatissimo e di grande livello qualitativo. Essa è l'unica struttura in contatto con il 100 per cento delle famiglie italiane. Ha una presenza diffusa su tutto il territorio nazionale. Come si pone questo ruolo sociale nei confronti dei processi di privatizzazione? Esiste da parte vostra la preoccupazione di mantenere il ruolo sociale che Poste italiane ha esercitato per tanti anni, o state perseguendo ragionamenti legati esclusivamente al *business*, secondo i quali si ottimizza l'equazione finanziaria dell'impresa, riducendo il ruolo sociale, come state facendo, tra l'altro, nel paese? Potrei citare tanti dati, ma lo farò alla fine quando vi porrò un'altra domanda.

Mi pare che su questo aspetto valga la pena di capire quali sono i vostri orientamenti in rapporto al servizio con i cittadini e al problema della copertura dei piccoli centri e dei piccoli paesi. Sappiamo tutti che in questo Parlamento giacciono centinaia di interrogazioni sulla chiusura degli uffici nei piccoli comuni. Vorremmo capire se la vostra strategia, così brillantemente illustrata nel fascicolo da voi predisposto, affronta questo tema in qualche maniera.

Lei, amministratore delegato, ci ha detto che il numero degli uffici postali è aumentato. Ciò è vero, ma è aumentato dove si fanno tanti soldi ed è diminuito dove se ne fanno pochi. Peccato che aumentare gli uffici dei luoghi in cui si fanno tanti soldi (come negli aeroporti e nelle grandi città, ossia luoghi ad alta redditività) va a scapito degli uffici a bassa redditività, perché l'atteggiamento delle Poste, è di moltiplicare per due gli uffici dove si hanno alti guadagni e chiudere quelli dove si perde anche solo una lira.

Inoltre, siamo a conoscenza di trattative con gli enti locali in base alle quali si chiede all'ente locale di accollarsi i costi dei locali e della gestione dell'ufficio postale, perché Poste italiane Spa ritiene di non essere in grado di esercitare questo tipo di funzione.

Allora, ci dobbiamo capire, perché forse la privatizzazione non è proprio in linea con comportamenti di questa natura, perché tenderà ad aggravare, non a migliorare, i problemi di questa natura. Credo che questa sia un'area che valga la pena approfondire.

La privatizzazione di Poste italiane è iniziata dal momento in cui Cassa depositi e prestiti, partecipata da privati, possiede il 35 per cento di Poste italiane; peraltro, è avvenuta senza alcuna discussione da parte del Parlamento, con un provvedimento posto in legge finanziaria sulla quale è stata posta la fiducia. Non stiamo quindi parlando di un processo che deve ancora avvenire, ma di un processo già iniziato, del quale si pone l'obbligo di capire come si svolgerà.

Sono abbastanza sorpreso che non si sia fatto assolutamente cenno di ciò. Questa audizione si svolge nell'ambito dell'indagine conoscitiva della Commissione sulle politiche di privatizzazione e non sulla gestione di impresa, di risultati e di strategia e non è quindi questa la sede nella quale vogliamo fare queste discussioni.

Mi associo alla domanda posta dal presidente della Commissione, onorevole Giorgetti, relativa al ruolo di Cassa depositi e prestiti sulla definizione della strategia di impresa. Cassa depositi e prestiti si occupa solo del settore finanziario e non ha altri interessi, né di carattere sociale né in termini di servizi pubblici, né tanto meno riguardo alla corrispondenza. Allora, questo avrà impatto sulla strategia dell'impresa? Con chi dobbiamo fare questa discussione? Forse con l'azionista? In tal caso rivolgo la domanda al presidente Giorgetti, in quanto, forse, abbiamo sbagliato audizione.

PRESIDENTE. Verrà in Commissione anche l'azionista, onorevole Panattoni.

GIORGIO PANATTONI. Allora, rivolgeremo a lui domande più specifiche.

Riguardo alla quotazione in borsa, vorrei sapere, nei vostri progetti, quando e cosa si quoterà. Il paese teme che l'accentuarsi dell'importanza del settore finanziario porti ad una maggiore attenzione su quel settore che sicuramente è quello inutile e che ha meno costi, meno personale e meno rischi, trascurando tutto il resto. Vorremmo solo capire se avete in testa una qualche idea di spacchettamento, di divisione e di linea preferenziale nel comportamento. Naturalmente, non ce lo auguriamo, perché su questo saremmo totalmente contrari.

Credo anche che, a questo punto, sia estremamente importante aprire un tavolo di discussione sulle politiche pubbliche, perché, forse, giustamente a valle di questa indagine conoscitiva, un tema fondamentale concernerà il tipo di politiche pubbliche che bisogna mettere in atto in Italia, in particolare nei settori di alto valore sociale come questo. Ci riserviamo quindi

di riportare queste argomentazioni al momento giusto e nel modo più corretto.

Vorrei poi sapere se abbia qualche significato nella vostra strategia e che tipo di preferenze e di priorità vi imponga il fatto che oggi il settore finanziario pesa per quasi il 50 per cento e che, fra qualche anno, diverrà più o meno il 60 per cento, non dimenticando poi che il settore postale è addirittura statico.

Sono davvero sorpreso delle affermazioni dell'ingegner Sarmi sul contratto di lavoro e mi impongono di svolgere alcune riflessioni, che non ritenevo fossero pertinenti in questa sede. Le condizioni di lavoro in Poste italiane sono drammatiche, la carenza di organico è devastante, ci sono ferie non godute in giro per il mondo, ci sono straordinari non pagati da anni, ci sono 100 mila casi individuali. Ora, ripeto di essere francamente sorpreso che si dia questa fotografia sul contratto e sulle condizioni di lavoro in Poste italiane, dicendo che tutto funziona ed è innovativo, anche perché il livello di conflittualità e di contenzioso che esiste in Poste italiane non esiste in nessun'altra azienda italiana. Credo che qualche interrogativo sia opportuno al riguardo e che probabilmente dovrete porvi il problema in termini formali. A me pare che le cose non stiano come lei ci ha raccontato, ingegner Sarmi, e che ci siano problemi molto acuti che naturalmente non fanno parte di questa discussione, ma che, essendo stato stimolato da una sua affermazione, mi sono permesso di mettere sul tappeto perché, nella sede opportuna, si rifletta più criticamente sulla questione.

Concludo, ringraziandovi del vostro apporto, che comunque è positivo. Questo è un problema per il paese e non è né di destra né di sinistra. Un'azienda pubblica deve funzionare bene, essere competitiva, avere un grande avvenire, ma deve averlo nella salvaguardia della sua funzione sociale — che, per Poste, è elevatissima e della quale, però, non ho sentito parlare — dell'occupazione e delle condizioni di lavoro, che sono fattori assolutamente im-

prescindibili anche quando parliamo di privatizzazioni o di prospettive di collocazione dell'impresa sul mercato.

ETTORE ROSATO. Ringrazio il presidente e l'amministratore delegato di Poste italiane per la loro partecipazione a questa audizione e per il contributo che hanno dato a questo dibattito. Ho apprezzato quanto detto circa la situazione generale e riconosco che, come utente, le poste funzionano, ma non è questo il problema. Come ha già rilevato il mio collega, ciò non è l'oggetto dell'indagine di questa Commissione. Non sono infatti in discussione i prodotti innovativi di Poste italiane che tutti indiscutibilmente riconosciamo e che, peraltro, sono frutto di una continuità di lavoro di molti anni.

Vorrei anche io che i presenti potessero completare la relazione con riferimento al processo di privatizzazione, in modo da capire se Poste italiane siano pronte a tale processo e credo poi sia importante acquisire alcuni dati sulla sua struttura societaria. Mi interessa sapere come le numerose società del gruppo, ricordate dall'amministratore delegato ed indicate nel prospetto che ci è stato distribuito, contribuiscano non solo ai risultati dell'azienda, ma anche al percorso complessivo della stessa.

Ritengo che la privatizzazione delle Poste sia necessariamente correlata al ruolo sociale che tutti noi riconosciamo al sistema postale italiano. La chiusura degli uffici postali in questi anni nei piccoli comuni e la continua preoccupazione degli amministratori locali e della popolazione devono essere il frutto di una politica di scarsa o addirittura errata comunicazione che va presa in considerazione.

Non credo che la trasformazione di Poste italiane in una grande banca nazionale sia quello che serve al paese. Il paese ha bisogno invece di una società che abbia la capacità di offrire tutti i servizi, finanziari e postali integrati, senza dimenticare il ruolo sociale che essa svolge. Nei piccoli comuni l'ufficio postale è anche un ufficio

bancario e svolge, con le innovazioni introdotte, tutta una serie di servizi che assumono una grandissima valenza.

Un'altra osservazione la faccio, anch'io, sul personale, sui dipendenti, insomma, sul contributo dei lavoratori alla crescita dell'azienda. Ritengo che ci sia un elemento — la chiusura del contratto — su cui, evidentemente, non si può che esprimere soddisfazione (ciò accade ogni volta che un contratto viene sottoscritto). Tuttavia, le difficoltà oggettive che si vivono nelle periferie, sono molte. Posso portarvi la testimonianza della mia esperienza, perché quando un postino deve coprire due zone perché non ci sono le sostituzioni, questa è una situazione difficile.

Si tratta di difficoltà del personale che diventano in qualche modo cadenzate ogni volta che ci sono, per esempio, le ferie estive o in altri particolari periodi: insomma, si tratta di difficoltà che diventano strutturali all'interno dell'azienda, che posso assicurarvi esistere anche in una parte d'Italia, quella del nord-est, da molti ritenuta come una parte avanzata del paese. A fronte di tali difficoltà che vi ho appena accennato e di cui sono convinto voi siate a conoscenza, non mi sembra che siano stati previsti rimedi di tipo strutturale.

L'altro elemento, lo cito perché lo ha inserito nella sua relazione il presidente, riguarda le agevolazioni per l'editoria, il *non-profit* e via dicendo.

Ritengo che, al di là del valore che ha dato il Parlamento a queste agevolazioni, al contributo che si vuole dare per consentire che l'editoria, soprattutto quella del *non-profit*, abbia un sostegno pubblico, credo sia questo un altro elemento che non può non essere messo in conto, cioè, quello del grande contributo che tutto questo dà allo sviluppo del sistema postale.

Infatti, i 100 milioni di consegne che questo garantisce al sistema postale sono un contributo importante, al di là degli aspetti su cui riferiva il collega Panattoni, che mi sembrano assolutamente condivisibili.

Un'ultima osservazione riguarda un aspetto di carattere generale ed legata alla

politica di privatizzazione. Ritengo che sia necessario, in questi casi più che in altri, anche per evitare di doverci ripensare tra qualche anno (se questa privatizzazione arriverà, se verrà fatta, se ci saranno le risorse e le scelte politiche del Governo in questo senso), capire quale deve essere il contratto che relaziona lo Stato con le Poste italiane.

In questo caso, la difesa del ruolo sociale, della diffusione capillare sul territorio e le esperienze che abbiamo avuto con le altre privatizzazioni, ci insegnano che il possesso di una *golden share*, in tutto questo, non serve a niente.

Quali sono, allora, secondo il vostro punto di vista, le questioni importanti da definire a salvaguardia del ruolo sociale che oggi Poste italiane svolge in un percorso di privatizzazione che dobbiamo esaminare?

GIANFRANCO MORGANDO. In effetti, hanno ragione i colleghi Panattoni e Rosato a ricordare che stiamo conducendo un'indagine conoscitiva sulle politiche di privatizzazione anche se, naturalmente, avere sullo sfondo una più puntuale conoscenza delle strutture dell'azienda, della sua attività industriale e degli obiettivi e delle condizioni con cui questi vengono raggiunti può esser utile anche per svolgere delle riflessioni sugli aspetti più generali che interessano i lavori della Commissione.

Anch'io ricordavo — e lo hanno richiamato sia il presidente Giorgetti, sia il presidente Cardi — il giudizio dato dal dottor Rebecchini in audizione, cioè, che Poste italiane SpA è una partecipazione strategica di Cassa depositi e prestiti, per la ragione che, attraverso la rete degli sportelli postali, viene effettuata la raccolta del risparmio, che poi serve per finanziare l'attività di Cassa depositi e prestiti.

Ora, al di là del giudizio positivo che è stato formulato dal presidente Cardi su questa affermazione di carattere generale, vorrei capire se è possibile approfondire un po' questo aspetto. In altre parole, in che senso e come viene percepito da Poste