

MIT Technology Review

ITALIA

Anno XXVII - 5/2015

DIRETTORE

Alessandro Ovi

DIRETTORE RESPONSABILE

Gian Piero Jacobelli

COMITATO EDITORIALE E SCIENTIFICO

Alberto Abruzzese

Vittorino Andreoli

Carlo Bozotti

Francesco Caio

Michele Mario Elia

Andrea Granelli

Patrizia Grieco

Mauro Moretti

Pasquale Pistorio

Jason Pontin

Romano Prodi *Presidente*

Carlo Rubbia

Umberto Veronesi

PROGETTO GRAFICO

Carla Baffari



Poste ex novo

Entrando nel quartier generale delle Poste Italiane salta agli occhi una novità: la scritta: “Campus tecnologico innovazione e servizi”. La parola “servizi” riporta alla gloriosa storia dei postini, ben rappresentata da un poster in una sala d’attesa del sesto piano, che dice: “Portiamo coraggio”, sotto l’immagine di un soldato del 15-18 che legge una lettera abbracciato dalla eterea immagine di una donna. La parola “innovazione” sorprende un po’, ma è la logica conseguenza di due realtà. La prima, che, in autunno, è in arrivo l’IPO (quotazione in borsa) di Poste Italiane, da cui certamente deriverà un grande valore connesso alla trasformazione dell’azienda verso servizi sempre più avanzati. La seconda è la figura del suo Amministratore delegato, Francesco Caio. Nicholas Negroponte mi ha sempre citato come pilastri dell’innovatore le tre T: Talento, Trasgressione e Tolleranza. Credo che Caio le possieda tutte.

In varie sedi, dal Convegno Between di Capri, dell’ottobre 2014, sulla digitalizzazione dei servizi fino alla recente audizione alla Commissione Trasporti della Camera dei Deputati, Caio ha sempre sostenuto che la trasformazione di Poste è funzionale all’allargamento dell’economia digitale del Paese e che quindi la sua strategia si basa su innovazioni profonde: logistica efficiente a supporto dell’e-commerce, sfruttamento della leva dei pagamenti digitali, gestione del risparmio verso investimenti che aiutino l’economia a crescere.

Accanto a questi obiettivi, Poste Italiane lavora per aiutare tutti, in particolar modo le fasce più deboli, ad affrontare i cambiamenti tecnologici dell’era moderna in un modo semplice e rapido. Nelle principali città italiane sarà attivo un collegamento WiFi gratis, facile e veloce, alla rete Internet per tutti i cittadini. Un progetto che dovrebbe raggiungere, entro la fine dell’anno, 900 uffici postali italiani ed entro i prossimi tre anni tutti gli uffici postali rimanenti.

Uno dei punti di forza, dal punto di vista della innovazione, è per Poste Italiane quello di diventare il trasportatore fisico efficiente di quella transizione verso l’e-commerce, a cui le imprese (e le famiglie) italiane sono chiamate

Poste Italiane, con 143 mila dipendenti e ricavi per 29 miliardi, si quoterà in Borsa entro il 2015, coinvolgendo migliaia di risparmiatori e dipendenti. Poste Italiane investirà circa 3 miliardi in infrastrutture e piattaforme digitali per l’innovazione dell’offerta, di cui 500 milioni per la riqualificazione logistica e manageriale degli uffici postali.



da una rivoluzione digitale inevitabile. La corrispondenza tradizionale è in forte declino, ma quello dei pacchi è un business in netta crescita, per la diffusione, anche in Italia crescente, delle vendite via Internet. La opportunità è rilevante: Royal Mail, per esempio, controlla il 50 per cento del mercato e Poste Italiane solo il 15 per cento.

Un altro punto di forza è quello dei pagamenti. Poste Pay rappresenta già il 25 per cento dei pagamenti on-line in Italia ed è compito di Poste Italiane aiutare le imprese a trasformare i loro sistemi di pagamento senza caricare sulle loro spalle i costi di una digitalizzazione complessa.

È immediato rendersi conto, pertanto, quanto la parola innovazione diventi pregnante per tutto il progetto che porta Poste Italiane alla quotazione in Borsa.

Infine, la parola “Campus” richiede una riflessione in più. L’averla messa in bella evidenza all’ingresso della Direzione indica la consapevolezza precisa che per attuare questi livelli di innovazione la tecnologia da sola non basta, ma serve una cultura diffusa e che, se questa cultura non c’è, va creata. Credo che Caio lo sappia bene. 8.000 assunzioni di cui il 50 per cento tra giovani laureati e nuove professionalità, 3 milioni di ore di formazione speciali, forse un migliaio di uffici postali chiusi sono cambiamenti ciclopici che portano all’attenzione il problema dell’impatto della economia digitale sulla occupazione. Come hanno recentemente scritto in una lettera aperta, da noi pubblicata on-line (<http://www.technologyreview.it/lettera-aperta-sull-economia-digitale>), Brynjolfsson e McAfee, del MIT, assieme ad altri 14 tra i principali tecnologi, economisti e investitori, «la rivoluzione digitale sta offrendo un insieme senza precedenti di strumenti con cui alimentare la crescita e la produttività e migliorare il mondo. La creazione di una società basata sulla prosperità condivisa, però, sarà solamente possibile se aggiorneremo organizzazioni e ricerca per cogliere le opportunità e superare le sfide che questi stessi strumenti stanno ponendo».

Questo è il grande passaggio che, dietro la parola “Campus”, crediamo Caio stia preparando per le Poste Italiane. (a.o.)



Francesco Caio, Ad Poste Italiane.